

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza internetové komunikace společnosti na B2B trhu

Analysis of the Internet Communication of B2B Market

Student: Michaela Lukovská

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání bakalářské práce

Student: **Michaela Lukovská**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R062 Marketing a obchod
Téma: **Analýza internetové komunikace společnosti na B2B trhu**
Analysis of the Internet Communication of B2B Market

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Charakteristika prostředí společnosti na B2B trhu
 3. Teoretická východiska internetové komunikace
 4. Metodika sběru dat
 5. Analýza současné situace
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

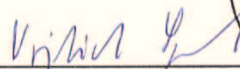
JANOUGH, Viktor. *Internetový marketing. Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.
PELSMACKER, P. de., M.GEUENS a J. Van den BERGH. *Marketingová komunikace*. Přel. V. Šafaříková. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 581 s. ISBN 80-247-0254-1.
KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO: Jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN: 978-80-251-2195-5.

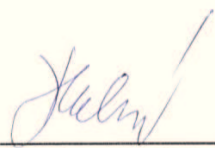
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.**

Datum zadání: 25.11.2011
Datum odevzdání: 11.05.2012



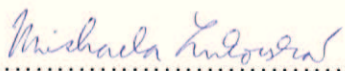

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežné prohlášení

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh,
vypracovala samostatně.“

V Ostravě 11. 5. 2012


.....

Michaela Lukovská

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Lence Kauerové, CSc. za odborné vedení, poskytování rad a připomínek při zpracování této bakalářské práce. Zároveň děkuji vedení firmy GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. za poskytnutí interních informací.

Obsah

1	Úvod.....	7
2	Charakteristika prostředí společnosti na B2B trhu.....	8
2.1	Charakteristika společnosti	8
2.2	Majetková struktura.....	8
2.3	Ekonomické výsledky.....	8
2.4	Výrobní sortiment	9
2.5	Distribuční kanály	10
2.6	Komunikace firmy.....	11
2.7	Cenová tvorba	11
2.8	Popis zákazníků.....	11
2.9	Popis konkurence	12
2.10	SWOT analýza	13
2.10.1	Silné stránky	14
2.10.2	Slabé stránky	14
2.10.3	Příležitosti	15
2.10.4	Hrozby.....	16
3	Teoretická východiska internetové komunikace.....	17
3.1	Úvod do teorie.....	17
3.1.1	Marketingová komunikace	17
3.1.2	Customer relationship management = CRM	18
3.2	Internetová komunikace.....	18
3.2.1	Marketing v internetovém prostředí.....	19
3.2.2	Cíle marketingové komunikace na internetu	20
3.2.3	Nástroje pro marketingovou komunikaci na internetu	20
3.2.4	Internetový marketing x offline marketing.....	21
3.2.5	Internetový marketing x online marketing	21
3.2.6	Reklama na internetu	22
3.2.7	Neanonymní zákazník.....	23
3.2.8	Aktivity	23
3.2.9	Webové stránky	23
3.2.10	E-mailing.....	24
3.3	SEM.....	25
3.3.1	SEO.....	25

3.4	Analýzy návštěvnosti.....	30
3.4.1	Google Analytics	30
3.4.2	Heat mapy	31
3.5	Komunikace mezi firmami neboli na B2B trhu	31
3.5.1	Internetový marketing na B2B trhu	32
3.5.2	Konverzace.....	32
4	Metodika sběru dat.....	33
4.1	Sekundární data	33
4.2	Primární data	33
4.2.1	Google Analytics	33
4.2.2	Heat mapy	34
4.2.3	PPC kampaň	34
4.2.4	SEO analýza a síla webu	34
5	Analýza současné situace	36
5.1	Analýza zakázek.....	36
5.2	Google Analytics.....	36
5.2.1	Demografické údaje	37
5.2.2	Technologie.....	38
5.2.3	Zdroje návštěvnosti.....	39
5.3	Heat mapa	39
5.3.1	Úvod.....	40
5.3.2	Představení společnosti	40
5.3.3	Cíle společnosti.....	40
5.3.4	Produkty	41
5.3.5	Potrubí bezešvé.....	41
5.3.6	Potrubí svařované černé	42
5.3.7	Potrubí svařované pozink	42
5.3.8	Potrubí izolované	42
5.3.9	Potrubí plastové	43
5.3.10	Příslušenství.....	43
5.3.11	Přírubové trubky	43
5.3.12	Služby	44
5.3.13	Reference.....	44
5.3.14	Kontakty.....	44

5.3.15	Ceníky	45
5.4	PPC kampaň.....	45
5.5	SEO analýza a síla webu.....	46
5.5.1	Úvod.....	47
5.5.2	Představení společnosti	47
5.5.3	Cíle společnosti.....	47
5.5.4	Produkty	48
5.5.5	Potrubí bezešvé.....	48
5.5.6	Potrubí svařované černé	49
5.5.7	Potrubí svařované pozink	49
5.5.8	Potrubí izolované	50
5.5.9	Potrubí plastové	50
5.5.10	Příslušenství.....	51
5.5.11	Přírubové trubky	51
5.5.12	Služby	52
5.5.13	Reference.....	52
5.5.14	Aktuality.....	53
5.5.15	Kontakty	53
5.5.16	Ceníky	54
6	Návrhy a doporučení	55
7	Závěr	58
	Použitá literatura:.....	59
	Seznam zkratk.....	61
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam obrázků	
	Seznam grafů	
	Seznam tabulek	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Tato práce se bude zabývat analýzou internetové komunikace firmy General Trading Gate CZ, s.r.o., která obchoduje na B2B trhu převážně s hutním materiálem, což představuje například ocelové a plastové potrubí a příslušenství. Cílem firmy je zvýšení návštěvnosti webových stránek a dále zvýšení prodeje zboží díky internetové komunikaci. Cílová skupina je daná s ohledem na obchodovaný sortiment firmy, který je velmi široký. Cílovou skupinou jsou tedy firmy na B2B trhu, které s daným materiálem dále obchodují nebo ho zpracovávají.

Cílem práce je zanalyzovat současnou situaci marketingové komunikace dané firmy na internetu a na základě výsledků vypracovat návrhy pro její zlepšení. Díky návrhům by měla firma prostřednictvím internetové komunikace získat větší počet zákazníků a také zakázek, což by jí mělo přinést také vyšší zisky.

Marketingová komunikace se obecně věnuje komunikaci firmy se zákazníkem a internetovou komunikací se rozumí komunikace firmy se zákazníky prostřednictvím webových stránek, e-mailů, PPC kampaní, registrování do katalogů nebo zpracováním kvalitní optimalizace webových stránek. Internetová komunikace je v dnešní době velmi důležitou součástí marketingové komunikace firmy, jelikož zákazníci používají pro vyhledání zboží, kontaktů nebo referencí převážně internet. Toto téma je díky velmi rychlému pokroku technologií aktuální, ale velmi rychle se mění podmínky na internetu a přístroje, které zákazníci používají, proto je nutné se flexibilně přizpůsobovat novým trendům a technologiím.

Tato práce by měla sloužit analyzované firmě k zlepšení její komunikace, zvýšení zisků a zlepšení vztahů se stávajícími i potencionálními zákazníky. Díky tomu, že je autor zaměstnán v této firmě, je velká pravděpodobnost využití výsledků analýzy v praxi a jejich reálné uplatnění.

Následující text se bude věnovat analýze efektivity této internetové komunikace. Teoretická část se bude věnovat marketingové komunikaci, dále internetové komunikaci, marketingové komunikaci na B2B trhu, SEM a SEO a analýzám návštěvnosti webových stránek prostřednictvím Google Analytics a Heat map. Veškeré analýzy budou doplněny obrázky a grafy pro jejich úplnou srozumitelnost. Všechna data budou dobře průkazná, jelikož se bude jednat o primární data z analýz a sekundární data získaná z databázi firmy.

2 Charakteristika prostředí společnosti na B2B trhu

2.1 Charakteristika společnosti

Společnost Generel Trading Gate CZ, s.r.o. (dále jen GTG CZ) je obchodní společnost založená 31. ledna roku 2011 jako dceřiná společnost společnosti General Trading Gate, s.r.o. (dále jen GTG). Společnost GTG CZ má na rozdíl od své mateřské společnosti sídlo v České republice, zatímco společnost GTG na Slovensku. Jedná se čistě o obchodní společnost, která nakupuje zboží za účelem dalšího prodeje, pohybuje se tedy na B2B trhu.

Společnost GTG CZ má sídlo v Praze, ale obchodní kancelář se nachází v Ostravě. Od března 2012 se přestěhovala obchodní kancelář ze Sokolské třídy v centru Ostravy, do kancelářských prostor, které se nachází v objektu skladu. Skladové prostory jsou v nájmu a nachází se v Ostravě-Kunčičkách. Přemístění obchodní kanceláře je výhodné z několika důvodů: lepší kontrola nad skladovaným zbožím, nakládkou či vykládkou zboží nebo lepší kontrola dodacích listů. Toto přemístění má hlavně časovou výhodu, jelikož při každé nakládce a vykládce musel obchodní zástupce jezdit z centra Ostravy do Kunčiček pro převzetí zboží, či jeho předání dopravcům. Nižší náklady na pronájem kancelářských prostor představují další výhodu přesunu obchodní kanceláře.

2.2 Majetková struktura

Společnost GTG CZ, byla založena 31. ledna 2011, jedná se o velkoobchod, jelikož nakupuje zboží pro následný prodej. Společníky jsou ing. Alan Lukovský, který má podíl 40 % a společnost GENERAL TRADING GATE, s.r.o., která má podíl 60 %. Jednateli jsou ing. Alan Lukovský a ing. Peter Staník. Základní kapitál firmy činí 200 000 Kč, který je splacen v plné výši. Společnost GTG CZ má 2 zaměstnance, z toho v řídicích orgánech je jeden zaměstnanec. [15]

2.3 Ekonomické výsledky

V roce 2011 nečerpala společnost žádné bankovní úvěry, nepožadovala dlouhodobý majetek formou finančního leasingu a nepřijala žádné dotace.

Z hmotného majetku vlastní společnost pouze osobní automobil v nákupní hodnotě 220 000 Kč. K 31. prosinci 2011 činily pohledávky z obchodních vztahů společnosti 2 486 000 Kč, závazky z obchodních vztahů 3 330 000 Kč, z nichž 1 441 000 Kč bylo po splatnosti. Ke konci roku 2011 měla společnost skladové zásoby v hodnotě 1,5 milionu korun. Společnost v roce 2011 uzavřela 3 nájemní smlouvy: nájem kancelářských prostor

v Ostravě (doba ukončení nájmu je 29. 2. 2012), kancelář v Praze a nájem skladu v Ostravě, které jsou uzavřeny na dobu neurčitou. [15]

Za rok 2011 činily tržby za prodej zboží 15 898 000 Kč, z toho náklady vynaložené na prodej zboží činily 14 532 000 Kč a obchodní marže 1 366 000 Kč. Zisk za běžné účetní období za rok 2011 činil 57 217 Kč, návrh na rozdělení zisku přiděluje 5 722 Kč jako příděl do rezervního fondu a 51 495 Kč jako nerozdělený zisk.

Společnost soustředí své obchodování především na tuzemský trh, kde v roce 2011 činily tržby 15 239 000 Kč, což je 96 % z celkových tržeb a zbylá 4 % činící 659 000 Kč, tvoří prodej na zahraničním trhu – EU. [15]

2.4 Výrobkový sortiment

Hlavním prodejním artiklem společnosti jsou železná a plastová potrubí, a dále železná a plastová příslušenství. Společnost nabízí zákazníkům prefabrikaci potrubí, což znamená výrobu podle nákresové dokumentace, jednotlivých větví trubek. Dále společnost umožňuje zákazníkům využít další služby, jako například drážkování konců trubek, dělení trubek a profilů, závitování trubek, nátěry povrchu potrubí – komaxit nebo zinkování potrubí.

Potrubí bezešvé – tato kategorie obsahuje: trubky závitové, závitové zesílené a bezešvé trubky hladké. Toto potrubí se svařuje za tepla a je velmi důležitá jakost oceli, rozměrové normy a technické dodací předpisy.

Potrubí svařované černé – v této kategorii mohou být trubky podélně svařované a spirálovitě svařované. Tyto trubky mohou být redukováné za tepla nebo za studena. Toto potrubí lze používat pro tlaková zařízení (EN10217), rozvody vody (EN10217 a EN10255), ocelové konstrukce nebo ocelové lešení. U těchto trubek je důležité uvádět použití a druh média. Další informace, které se poskytují zákazníkům, a podle kterých si trubky vybírají, je délka trubky, rozměrové normy, materiál a technické dodací předpisy.

Potrubí svařované pozinkované – jelikož se jedná o potrubí svařované černé, které je pozinkované, musí splňovat stejné normy jako potrubí svařované černé a jeho využití je obdobné.

Potrubí izolované – izolované potrubí má několik druhů např. třívrstvá izolace 3LPE, které má vysokou odolnost proti mechanickému poškození, odolnost proti chemikáliím, vlhkosti, elektrickému průrazu, vlivu zvýšené teploty a UV záření. Od výrobce je zajištěna

vysoká přilnavost izolace. Dalšími druhy izolace může být liniová, třívrstvá polypropylenová nebo single – vrstva izolace epoxy. Toto potrubí se používá převážně k přepravě zemního plynu, ropy a kapalných paliv.

Potrubí plastové – toto potrubí se používá na vnitřní odpady, kanalizační, vodovodní, plynovodní a drenážní systémy. Záleží na složení materiálu, tloušťce stěn nebo vrstvení. K tomuto potrubí je nabízeno i příslušenství. Výrobce nabízí i možnost proškolení správné pokládky pro architekty a dělníky, kteří pokládku provádí, jelikož při špatné pokládce se může trubka deformovat nebo špatně těsnit.

Ocelové příslušenství – v této kategorii nabízí firma příslušenství k potrubí. Toto příslušenství se využívá například pro spojování trubek, především svařováním. Jsou to příruby, trubkové oblouky, trubkové ohyby, trubková dna, trubkové přechody, T-kusy, fitinky z temperované litiny a oceli. Toto příslušenství je dodáváno na objednávku zákazníka, převážně v rozměrech objednaného potrubí. Je zde důležitý materiál a rozměry příslušenství.

Obrázek 2.5 příruba. **Obrázek 2.4** trubkový oblouk **Obrázek 2.1** přechod **Obrázek 2.2** dno. **Obrázek 2.3** T-kus
Zdroj: [17] Zdroj: [17] Zdroj: [17] Zdroj: [17] Zdroj: [17]



2.5 Distribuční kanály

Společnost nemá žádnou prodejnu pro své zboží. Zboží je prodáváno pouze na objednávku a expedováno přímo k zákazníkům.

Zboží je skladováno převážně ve skladovacích prostorách v Ostravě nebo v mateřské společnosti, která má sklady v Bratislavě. Z těchto skladů je zboží i dodáváno zákazníkům. Oba sklady jsou kryté, přičemž sklad v Ostravě je o velikosti 16×30 m a v Bratislavě $13,5 \times 47,6$ m. Oba skladovací prostory mají k dispozici i otevřené skladovací prostory. Veškerá nakládka je realizovaná mostovým jeřábem o nosnosti 5 t. Ve skladových prostorách v Ostravě je možnost prefabrikace potrubí. Součástí skladu v Bratislavě je i hala o rozloze 480 m^2 , který je v současné době komerčně pronajímán. Koncem roku byly rozšířeny skladovací kapacity v Bratislavě o rozloze 378 m^2 , které jsou využívány pro prefabrikaci. [17]

Ke konci roku 2011 měla firma skladové zásoby v hodnotě 1,5 milionu korun, tato zásoba se skládala převážně z potrubí svařovaného černého a potrubí svařovaného

pozinkovaného. Ve skladových prostorách v Bratislavě se zásoby skládaly převážně z potrubí bezešvého, svařovaného černého a pozinkovaného. [17]

Distribuce zboží probíhá pomocí externích dopravců, kteří jsou objednávání individuálně na základě požadavků zákazníka. Zboží je přepravováno ze skladu v Ostravě nebo přímo od výrobce či obchodníka na místo určené zákazníkem. Distribuce je zajišťována individuálně na objednávku zákazníkem nebo obchodní firmou.

2.6 Komunikace firmy

Propagace výrobků je zajištěna na webových stránkách společnosti GTG CZ (www.gtg-potrubí.cz). Dále je tato společnost umístěna v katalogu Seznam.cz. V roce 2011 byla umístěna inzerce v časopise Konstrukce, společnost také měla banner na stránkách <http://www.konstrukce-media.cz/>. V roce 2012 firma umístila inzerci o rozměru 1/8 strany A4 v 1. čísle časopise Konstrukce a časopise Silnice železnice, tyto časopisy se budou koncem dubna 2012 rozdávat v rámci konference a na stavebním veletrhu BVV Brno.

Obrázek 2.6 inzerce Zdroj: [17]



Hlavní komunikace firmy probíhá přes osobní styk obchodníka se zákazníky a dodavateli. Obchodník za nimi pravidelně jezdí a udržuje s nimi přátelské vztahy. V období Vánoc obdarovává firma své zákazníky a obchodní partnery drobnými dárky s logem „GTG“, tyto předměty jsou například reklamní trička, kalendáře, propisky, zapalovače, atd. Tyto předměty každým rokem mění svůj design.

2.7 Cenová tvorba

Cena výrobků se stanovuje individuálně na základě nákupní ceny a obchodní přírážky. Cenu dále ovlivňuje objem nákupu či prodeje, skladovací dispozice, přepravní náklady a měnové kurzy v případě dovozu zboží ze zahraničí.

2.8 Popis zákazníků

Firma se zaměřuje na 3 segmenty trhu a to na plynárenství, petrochemický průmysl a stavebnictví, tento segment představuje největší část činnosti firmy.

Zákazníky jsou stavitelské firmy a firmy, které dále se zbožím pracují, ale mohou to být i společnosti, které s daným zbožím již obchodují a potřebují pouze doplnit zásoby.

Zákazníci ze spotřebitelského trhu se vyskytují velmi zřídka, jelikož se jedná převážně o B2B trh. Jsou-li zákazníci ze spotřebitelského trhu, mohou produkty využívat například na výrobu železného plotu, či pro domácí kutily.

Ze strany výrobců je společnost HART PIPE s.r.o. největším zákazníkem. Potrubí předizolovává a dále prodává. Potencionálními zákazníky mohou být společnosti, které provádí izolaci potrubí či vytváří stavební prvky.

Dalšími zákazníky jsou obchodníci, kteří s produkty firmy dále obchodují. Do této kategorie patří společnost TREORA GROUP, s.r.o.

Stát z pohledu zákazníka je velmi složitý, jelikož požaduje po společnosti splnění mnohých podmínek. Mezi tyto podmínky patří například splnění určeného obratu firmy nebo splnění normy ISO 9001. Normu ISO 9001 vlastní a splňuje pouze mateřská společnost.

Zahraniční zákazníci firmy jsou ze Slovenska a Polska. Potencionální trhy jsou například v Německu a Rakousku.

2.9 Popis konkurence

Do konkurence podle značky patří veškerý nabízený sortiment, jelikož se firma zabývá převážně obchodováním s ocelovými trubkami, je hlavní značkovou konkurencí potrubí plastové.

Konkurencí podle formy jsou především výrobci a firmy obchodující se stejným sortimentem. Jelikož geografická poloha firmy neovlivňuje velikost prodeje, konkurencí mnou být firmy sídlící jak na tuzemském, tak na zahraničním trhu, které obchodují v České republice a na Slovensku. Konkurencí jsou i firmy, od kterých společnost odebírá produkty.

Hlavními konkurenty tedy jsou: METALFIN a.s., Feron a.s., JINPO PLUS, a.s., PRADOX STEEL, s.r.o., Ptáček a.s. Tyto společnosti jsou konkurenty převážně z pohledu ceny nabízené zákazníkům.

Z pohledu třídy mohou být konkurencí substituty k nabízeným produktům, v této oblasti se však nevyskytuje mnoho produktů, jelikož společnost ArcelorMittal a.s. ovládá většinu výroby hutní prvovýroby a vlastní více než polovinu produkce.

Odvětvovou konkurencí jsou produkty, které představují alternativu k obchodovanému zboží. Těmito produkty jsou pouze kameninová potrubí, která jsou alternativou k plastovým trubkám v kanalizačních sítích.

2.10 SWOT analýza

Výsledky byly získány díky konzultace s vedením firmy, následně došlo k vyplnění tabulky, ve které byly hodnoceny jednotlivé faktory SWOT analýzy – slabé a silné stránky firmy, příležitosti a hrozby. Výkonnost faktorů byla hodnocena na stupnici 1-5 (známkování jako ve škole), závažnost byla hodnocena na stupnici 1-3 (1 = vysoká, 2 = průměrná, 3 = nízká). Hodnocení bylo provedeno společně s vedením firmy, hodnoty byly následně zprůměrovány a zaznačeny do pozičních map. Hodnocené faktory byly vybrány s ohledem na téma práce.

Tabulka 2.1 Faktory SWOT analýzy Zdroj: vlastní tvorba

	SWOT analýza	
	Silné stránky	Slabé stránky
Interní faktory	nízké náklady na zaměstnance	malý prodej prostřednictvím internetové komunikace
	zkušenost v oboru	velký stav zásob -> vysoké závazky
	dlouholetá spolupráce s dodavateli a odběrateli	dovoz některého zboží, které není skladem ze zahraničí -> zvýšení ceny zboží
	podpora mateřské společnosti	chybí volné finanční prostředky
	široký sortiment	placení DPH dříve než jsou zaplacen pohledávky
	dobré obchodní podmínky u dodavatelů	umístění firmy v malém množství internetových katalogů
	flexibilita cen	chybí umístění firmy na veletrzích
	využití exportních cen mateřské společnosti	špatná seo analýza - chybí vyplnění podstatných znaků
	přehledné internetové stránky	
	pravidelné setkání se zákazníky a obchodními partnery	
	přátelský vztah se zákazníky a obchodními partnery	
	kvalitní produkty	
	pravidelné aktualizace internetových stránek	
	napojení internetových stránek na stránky mateřské společnosti	
Externí faktory	Příležitosti	Hrozby
	nové segmenty zákazníků	nová konkurence
	zlepšení marketingové komunikace	stávající konkurence
	zařazení do více internetových katalogů	zastavení výroby u některého dodavatele
	rozšíření na další zahraniční trhy	světová finanční krize
	rozšíření o další kvalifikované zaměstnance	přesměrování výroby některého dodavatele
	nalezení nových obchodních partnerů	změna výrobního programu některého dodavatele
		nepravidelnost prodeje - podle globální finanční situace

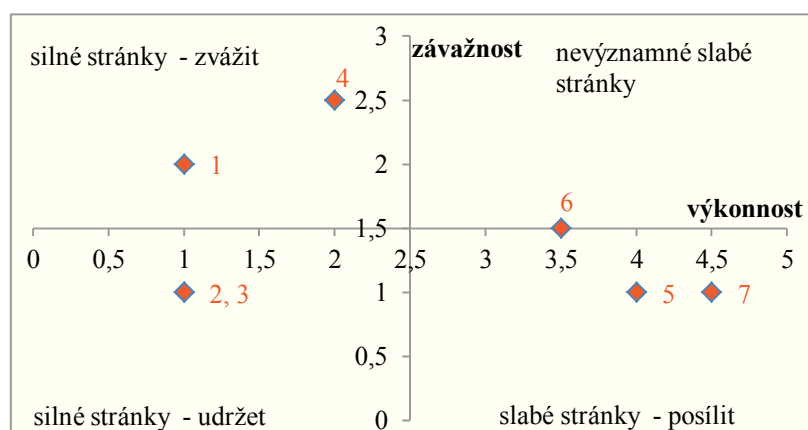
Tabulka 2.2 Silné a slabé stránky Zdroj: vlastní tvorba

	Hodnocené faktory	Výkonnost	Závažnost
	Silné a slabé stránky	1 – 5	1 - 5
1	dobré obchodní podmínky	1	2
2	přehledné internetové stránky	1	1
3	aktualizace www stránek	1	1
4	www stránky propojené s mat. spol.	2	2,5
5	neefektivní internet. komunikace	4	1
6	internetové katalogy - malé zastoupení	3,5	1,5
7	špatné SEO	4,5	1

2.10.1 Silné stránky

Přehlednost internetových stránek patří mezi silné stránky, které by si měla firma udržet, jelikož pro stávající i potencionální zákazníky je to velmi podstatný zdroj informací a je důležité, aby se v něm uměli jednoduše orientovat. Propojení internetových stránek se stránkami mateřské společnosti představuje další silnou stránku, jelikož se návštěvníci při zvolení cizího jazyka dostanou přímo

Graf 2.1: poziční mapa – slabé a silné stránky
Zdroj: vlastní tvorba



na stránky mateřské společnosti, kde získají

informace o produktech ve zvoleném jazyce. Dá se bohužel předpokládat, že pravděpodobnost nákupu u mateřské společnosti, je u těchto návštěvníků velmi vysoká.

2.10.2 Slabé stránky

Mezi slabé stránky, které je nutno posílit patří neefektivní internetová komunikace, což znamená, malý prodej prostřednictvím internetové komunikace. Dále zde patří špatné

hodnocení SEO analýzy, chybí zde vyplnění některých podstatných znaků, které optimalizují internetové stránky pro vyhledávače.

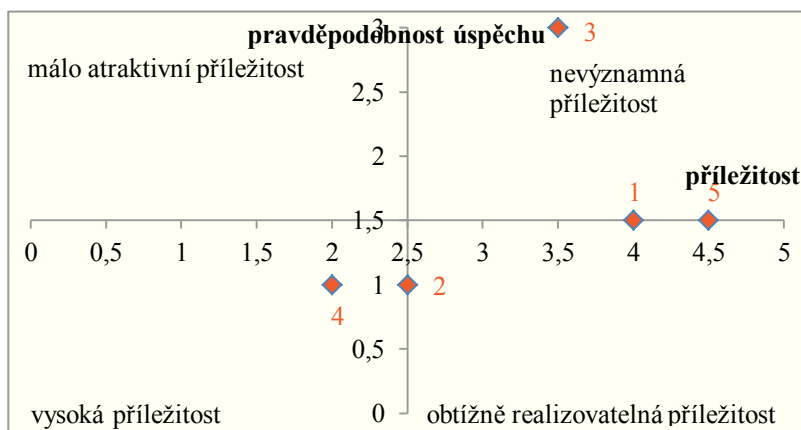
Tabulka 2.3 Příležitosti Zdroj: vlastní tvorba

	Hodnocené faktory	Příležitost	Pravděpodobnost úspěchu
	Příležitosti	1 - 5	1 - 3
1	lepší marketingová komunikace	4	1,5
2	internetové katalogy - větší zastoupení	2,5	1
3	rozšíření na další zahraniční trhy	3,5	3
4	nalezení nových obchodních partnerů	2	1
5	spolupráce s výzkumnou agenturou	4,5	1,5

2.10.3 Příležitosti

Za významnou příležitost je považováno nalezení nových obchodních partnerů, kteří firmě nabídnou výhodnější obchodní podmínky. Naopak nevýznamnou příležitostí je rozšíření na další zahraniční trhy, jelikož je na tomto trhu mnoho dalších firem a je velmi obtížné se dostat na další zahraniční trhy.

Graf 2.2: poziční mapa - příležitosti
Zdroj: vlastní tvorba



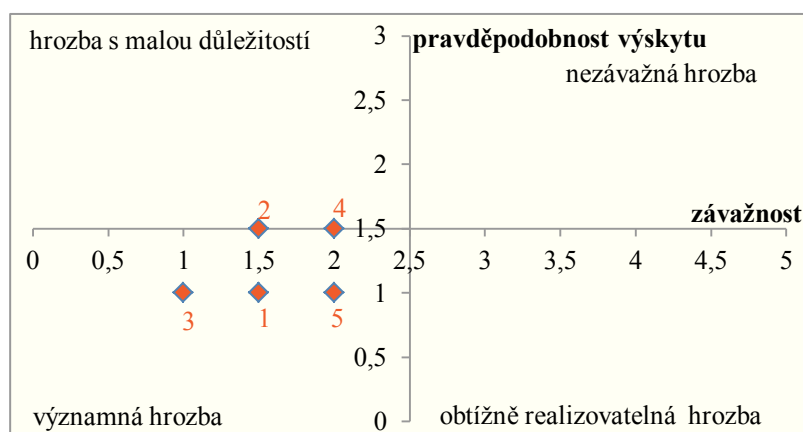
Tabulka 2.4 Hrozby Zdroj: vlastní tvorba

	Hodnocené faktory	Závažnost	Pravděpodobnost výskytu
	Hrozby	1 - 5	1 - 3
1	rostoucí konkurence	1,5	1
2	zastavení výroby u dodavatele	1,5	1,5
3	světová finanční krize	1	1
4	změna výrobního programu dodavatele	2	1,5
5	vývoj měnového kurzu	2	1

2.10.4 Hrozby

Vývoj měnového kurzu je považován za významnou hrozbu, jelikož společnost nakupuje některé zboží ze Slovenska a tudíž se cena tohoto zboží odvíjí také od kurzu eura. Vstup na trh není příliš složitý, ale složité je se na něm udržet, hlavními konkurenty jsou stávající velké firmy, které nabízejí nízké ceny a lepší obchodní podmínky. V dnešní době je nástup světové finanční krize velmi pravděpodobný, v tomto případě by to byla velmi vážná hrozba pro firmu. Tato firma je závislá na objemu průmyslu a stavebnictví, v případě nástupu

Graf 2.3 poziční mapa - hrozby
Zdroj: vlastní tvorba



prostředky developerům a ti by nemohli realizovat naplánované projekty.

3 Teoretická východiska internetové komunikace

3.1 Úvod do teorie

3.1.1 Marketingová komunikace

Základem marketingové komunikace je určení jejích cílů, cílových segmentů, umístění na trhu a marketingové nástroje, které nám pomohou cílů dosáhnout. Marketingové nástroje je třeba navrhovat tak, aby se vzájemně podporovaly. Záleží na vhodně nastaveném marketingovém mixu a správně zvolenými nástroji komunikačního mixu. [8]

3.1.1.1 Komunikační mix

Se stávajícími i potenciálními zákazníky můžeme jednat dvojím způsobem, při sdělení pro konkrétní osobu hovoříme o osobní komunikaci, zatímco při anonymním sdělení velkému počtu příjemců hovoříme o masové komunikaci.

- **Reklama**, která je nástrojem komunikaci prostřednictvím masových médií, jako je televize, rádio nebo noviny a časopisy či billboardy.
- **Podpora prodeje**, tento nástroj má za úkol krátkodobě stimulovat prodej (např. soutěže, vzorky zdarma atd.)
- **Sponzorství** představuje spolupráci sponzora a sponzorovaného, který pomáhá sponzorovi dosáhnout určitých cílů v komunikaci za finanční obnos, know-how, služby nebo zboží. Firmy sponzorují akce, osobnosti či vlastní akce pořádají.
- **Public relations** neboli vztahy s veřejností obsahují aktivity, kterými firma komunikuje s okolím, se kterým chce udržovat dobré vztahy. Tyto činnosti firma neplatí, jelikož je jejich obsah utvářen většinou novináři.
- **Komunikace v prodejním nebo nákupním místě** je realizována v obchodě a je tvořena několika nástroji, jako je například reklama v obchodě či způsob nabízení zboží.
- **Výstavy a veletrhy** mají převážně význam na průmyslovém trhu.
- **Přímá marketingová komunikace** znamená přímý osobní kontakt se stávajícími nebo potenciálními klienty, kterým se posílají speciální katalogy, či reklamy a to vše s možností zpětné vazby.

- **Osobní prodej** je využíván za cílem prodání zboží či služby, kde prodejce má osobní kontakt se zákazníkem.
- **Interaktivní marketing** využívá převážně internetu, který umožňuje komunikaci se zákazníkem propojenou s prodejem díky internetovým obchodům. [8]

3.1.2 Customer relationship management = CRM

CRM představuje řízení vztahu se zákazníky, což probíhá díky shromažďování dat o zákaznících, jejich požadavcích, preferencích a názorech. Do systému CRM se zapisuje veškerá komunikace se zákazníkem, což znamená sledování telefonické a e-mailové komunikace, osobní setkání, nákupy, reklamace, fakturace nebo upomínky. Je nutné se systémem pracovat, data analyzovat a díky těmto analýzám můžeme zjistit, jakou hodnotu má produkt pro zákazníky, jak ho vnímají a tím i přizpůsobit produkt a přinést firmě prospěch díky zákazníkům s maximálním přínosem. [4]

3.2 Internetová komunikace

Interaktivní marketing, který umožňuje individuální přístup zákazníka k prodejci a naopak se odehrává převážně na internetu. Firmám, které využívají na svých webových stránkách technologii cookies, která shromažďuje informace o uživateli, umožňuje provozovatelům individuální oslovení zákazníka nebo lze díky tomu službu zákazníkům přizpůsobovat.

„Internet umožňuje dosažení následujících komunikačních cílů:

- *Ovlivňovat přístup a budovat povědomí o značce a produktu.*
- *Poskytnout obsah, tj. detailní informace o výrobcích a službách.*
- *Stimulovat odpověď: odpovědí je jednoduché kliknutí na informaci o koupi.*
- *Usnadňovat transakce: online prodej.*
- *Udržovat zákazníky.*“ [8, s. 487]

Webová stránka by měla přinášet firmě zisky a redukovat náklady. Lze členit webové stránky do dvou kategorií a to na rozcestníky, které odkazují na jiné stránky nebo na cílové stránky, které přinášejí informace o firmě. Cílové stránky můžeme dělit na další tři kategorie podle jejich účelu na účastnické stránky, které jsou statické, informují o firmě, značce nebo výrobcích. Další kategorií jsou prodejní stránky, které představují katalogy v elektronické

podobě a umožňují realizaci přímého nákupu. Poslední kategorií jsou stránky s obsahem, které obsahují informace ve formě textu, grafiky, audia či videa a obsahují většinou aktuální a časově omezené informace. [8]

Internet není přímo komunikace se zákazníkem, ale pouze potřebné prostředí, které umožňuje firmě se zákazníkem komunikovat. Komunikace na internetu se může brát ze dvou úhlů, prvním je komunikace přes webové stránky, kdy firma představuje díky těmto stránkám informace o produktech a firmě, druhý pohled je více interaktivní, kdy firma komunikuje s určitým zákazníkem díky blogům, profilům na sociálních sítích, sdílením multimédií kladením otázek na webových stránkách či e-shopech. Díky této komunikaci firma zjišťuje reakce, názory a požadavky zákazníků nebo jim může nabídnout slevové akce, které budou určeny speciálním zákazníkům. Komunikační mix na internetu je ochuzen o osobní prodej, tudíž obsahuje pouze cílové trhy, cíle, prostředí a nástroje. [4]

3.2.1 Marketing v internetovém prostředí

V tomto prostředí je nutná kontinuita činnosti, jelikož se podmínky v internetovém prostředí neustále mění. Hlavní úlohou je poznání konkurence a zákazníka, se kterým bude firma vhodně komunikovat, další úlohou je určení cíle, zacílení komunikace, získávání referencí od klientů a nejdůležitější je propagovat kvalitní produkt. Důležitá pro firmy je možnost konverzace zákazníků mezi sebou o produktech, na což je prostředí internetu velmi dobře přizpůsobeno. Jelikož samotnému zboží rozumí nejvíce zaměstnanci z výroby, je důležité umožnit jim komunikaci se zákazníky. Je možno brát marketing jako proces, který se musí zdokonalovat a to díky jeho zkoumání a analýze. [4]

„Internetový marketing jako proces

- 1) Rozhodnutí – cíle, plány, odpovědnost*
- 2) Přidělení zdrojů – finanční, lidské, kapitálové, technologické atd.*
- 3) Realizace – prostředí (WWW stránky, blogy, diskusní fóra, sociální sítě atd.) a nástroje (reklama, podpora prodeje, public relation atd.)*
- 4) Monitorování a měření*
- 5) Analýza a zlepšování“ [4, s. 21]*

Internetový marketing je nástrojem pro internetový marketing a komunikaci se zákazníky. Webové stránky firem nahrazují tištěné brožury, katalogy a mnohdy i prodejce,

jelikož i sami prodávají. Firmy také zjišťují potřeby a požadavky zákazníka, díky kterým se mu mohou více přiblížit a zaměřit komunikaci přímo na konkrétní cílové skupiny zákazníků. [4]

3.2.2 Cíle marketingové komunikace na internetu

Podle směru komunikace můžeme zařadit cíle do dvou skupin, kde rozhodujícím faktorem je směr komunikace a to od zákazníka a k zákazníkovi. Ve směru od zákazníka získáváme informace týkající se nákupu, o požadavcích, potřebách a spokojenosti zákazníka a v neposlední řadě také o zákazníkovi samotném. Směrem k zákazníkovi plníme 4 cíle a to: informovat, mít vliv na zákazníka, přinutit k akci a pěstovat vztah. [4]

3.2.3 Nástroje pro marketingovou komunikaci na internetu

1) „Reklama

- *PPC (pay-per-click) reklama – platba za klik*
- *PPA (pay-per-action) reklama – platba za akci*
- *plošná reklama*
- *zápisky do katalogů*
- *přednostní výpisy*

2) Podpora prodeje

- *pobídky k nákupu (soutěže, slevy, vzorky, zboží, kupony, atd.)*
- *partnerské programy*
- *věrnostní programy*

3) Události

- *online události*

4) Public relation

- *novinky a zprávy*
- *články*

- *virální marketing*
- *advergaming*

5) *Přímý marketing*

- *e-mailing*
- *webové semináře*
- *VoIP telefonie*
- *online chat*“ [4, s. 26]

3.2.4 Internetový marketing x offline marketing

Oproti offline marketingu je ten internetový dostupný 24 hodin denně 7 dní v týdnu. Jeho další výhodou je komplexnost, jelikož dokáže oslovit potenciální zákazníky několika způsoby a díky individuálnímu přístupu může firma lépe zacílit svou marketingovou strategii, jedná se převážně o klíčová slova, která zákazník vyhledává, obsah, který si prohlíží, možnost přihlašování zákazníka přímo na webových stránkách a tím i získání dalších informací pro zacílení kampaně nebo prodeje. Efektivita internetového marketingu se dá velice dobře měřit a monitorovat díky velkému množství nástrojů. Internetový marketing je velmi dynamický což znamená, že firmy mohou svou nabídku a sdělení zákazníkům neustále měnit. [4]

3.2.5 Internetový marketing x online marketing

V prostředí internetového marketingu se jedná pouze o komunikaci na internetu, na rozdíl od toho online marketing zahrnuje mobilní telefony, tablety atd. V dnešní době internetového připojení v mobilních telefonech rozdíly mezi online marketingem a internetovým marketingem mizí. [4]

V oblasti online marketingu firmy používají raději mobilní webové stránky, které jsou méně nákladné a univerzální. Dále firmy často používají mobilní aplikace, které umožňují přístup k nákupu nebo službě. [15]

Online marketing je pro firmu také velmi podstatný, jelikož v dnešní době je v České republice realizováno 14 % veškerých nákupů online. [14]

3.2.6 Reklama na internetu

Hlavní výhodou oproti klasické reklamě je interaktivnost, která umožňuje zákazníkovi přímou komunikaci a díky proklikům bannerů se dostane buď na e-shopy, kde si může produkt koupit nebo na webové stránky firmy, kde získá více informací. Reklamu lze přizpůsobovat podle návštěvnickových zvyklostí, demografických údajů nebo jiných kritérií. Zadavatelé mohou dále sledovat díky cookies zájmy uživatele, návštěvníci se také mohou zaregistrovat na webových stránkách a firmy díky tomu získávají informace do databází, díky kterým mohou návštěvníky následně oslovovat osobně na webových stránkách nebo jim posílat speciální nabídky na základě jejich předchozího nákupu prostřednictvím jejich e-mailových adres. Internet umožňuje inzerovat reklamu 24 hodin denně, 7 dní v týdnu celý rok a díky jeho flexibilitě lze měnit obsah sdělení či styl komunikace. [8]

Plošná reklama může být prostřednictvím reklamních proužků (bannery), vyskakovacích oken (pop-up) nebo tlačítek (button). Bannery jsou dnes méně účinné oproti začátkům, kdy byla tato reklama velmi účinná, jelikož uživatelé nebyli zvyklí na reklamu, díky které by se dostali na webové stránky inzerující firmy. Existuje tzv. bannerová slepota, což znamená, že návštěvníci ignorují vše, co vypadá jako reklama. Na bannerové reklamě poutají tři věci, které tvoří text, tváře nebo intimní partie. Pop-up okna porušují pravidla přístupnosti a mnohé prohlížeče je již umí zablokovat, proto tato forma reklamy není příliš vhodná. Tlačítka představují malý banner, který je propojen s přímou aktivitou jako např. „koupit“ nebo „stáhnout“. Dále hovoříme o behaviorální reklamě, která vychází z chování zákazníků na internetu. Toto chování lze zjistit díky umístění cookies. Behaviorální reklamu také často využívají sociální sítě. PPC (pay-per-click) reklama, znamená reklamu, kde provozovatel za její zobrazení nic neplatí a platí až za proklik. Tato reklama se může objevovat ve výsledcích vyhledávání ve formě přednostního výpisu, což znamená na prvních místech a je graficky označena nebo po stranách výsledků vyhledávání jako banner. PPC reklama je založena na klíčových slovech a k pomoci výběru těchto slov složí statistiky vyhledávání slov na vyhledávacích, kde bude PPC kampaň spuštěna. Čím má dané slovo větší vyhledávanost, tím bude také dražší. Je několik dalších typů PPC reklam např.: CPC, což je cena za proklik nebo CPM, která znamená cenu za tisíc zobrazení. PPC reklama poskytuje výhodu svému zadavateli v podobě přesného cílení, snadného vyhodnocení či stanovení přesné doby, kdy se bude reklama zobrazovat. V České republice je nejznámější GoogleAdwords od Googlu nebo Sklik od Seznamu. S formou PPC systémů souvisí například

kontextová reklama, u které se jedná o reklamu v kontextu stránky nebo reklamu svázanou s určitým slovem v textu, které je graficky odlišeno. [4, 13]

Internet lze efektivně využívat i pro přímý prodej, který poskytuje firmám výhodu pro vstup na nové i vzdálené trhy a snižuje náklady díky omezení distribučních kanálů. Pro zákazníka představuje výhodu z pohledu aktuálních informací, snadného porovnání cen produktů, rychlou distribuci a snadný nákup. [5]

3.2.7 Neanonymní zákazník

Internetový marketing již nesegmentuje zákazníky, ale zaměřuje se na individuální marketing na B2B i B2C trhu. Firmy kladou velkou váhu požadavkům, preferencím a potřebám zákazníka a snaží se jim přizpůsobit. Také způsob komunikace je více přizpůsoben zákazníkům = diferencovaná kastomizace, dále firmy mohou používat masovou kastomizaci = zákazník si sestaví finální produkt ze standardních částí a poslední forma je masová personalizace = jedná se o individuální oslovení zákazníka a nabídnutí mu ze standardních produktů.

Internetové obchody disponují databázemi neanonymních zákazníků na základě cookies nebo přihlašovacích údajů zákazníka. Díky těmto databázím mohou se zákazníkem individuálně komunikovat a přizpůsobit se jeho požadavkům. [4]

3.2.8 Aktivita

Komunikace je velmi důležitou aktivitou jelikož firmy informují zákazníky na svých webových stránkách o novinkách, událostech, inovacích, produktech a jejich cenách, dále by měli nabízet možnost konverzace s uživateli prostřednictvím e-mailu, formuláře či chatu. Diferenciace uživatelů a poskytování odlišných služeb stávajícím zákazníkům, je zákazníky bráno velmi pozitivně, jelikož si připadají výjimeční. Personalizace obsahuje převážně osobní oslovení zákazníků přes e-mail či po přihlášení na webové stránky, toto vzbuzuje v návštěvníkovi pocit přátelství a známosti. Zákazníci by měli být odměňováni za svůj nákup například v podobě slevy na příští nákup nebo sbíráním věrnostních bodů. [8]

3.2.9 Webové stránky

Na webové stránky se mohou návštěvníci dostat buď zadáním URL adresy do prohlížeče, což znamená přímou návštěvnost, dále přes výsledky vyhledávače, které můžeme ovlivnit dobrým SEO, další možností je přístup z odkazujících webových stránek a dalšími možnostmi je přístup z bannerové reklamy, e-mailové kampaně, atd. Webové stránky jsou vždy tvořeny za nějakým účelem a tvůrce vždy něco chce, aby návštěvník udělal,

toto chování se nazývá MDA (=Most Desired Action), což znamená nejvíce chtěnou akci. Touto akcí může být nákup, vyplnění objednávky, registrace na webové stránky atd. Dalším pojmem je konverze, což znamená míru úspěchu, to může vyjadřovat konverzní poměr, který zjistíme vydělením návštěvníků, kteří udělali nejvíce chtěnou akci k poměru všech návštěvníků. Webové stránky by měli být použitelné, což znamená, že by měly být přizpůsobeny uživatelům a účelu, pro který jsou vytvořeny. [4]

Webové stránky by měli obsahovat základní navigaci, kterou představuje horizontální nebo vertikální menu. Dále je dobré používat drobečkovou navigaci, která návštěvníkům ukazuje, ve které kategorii případně podkategorii se nachází. Mapa stránek je využívána u středně velkých a větších webových stránek, kde pomáhá návštěvníkovi v orientaci na stránkách, má také význam pro roboty, kteří se tak mohou na stránce také lépe orientovat při jejím indexování. Specifickým druhem navigace je vyhledávání, které používají převážně vyhledávače. [7]

Přistávací stránka neboli Landing page, je stránka, kterou vidí návštěvník jako první, když klikne na odkaz ve vyhledávači nebo na banner či odkaz pod nějakým článkem. Tato stránka by měla mít poutavý design a kvalitní obsah. Přistávací stránka by neměla být úvodní, je přizpůsobena k tomu, aby návštěvník udělal nějakou akci, která souvisí například s danou reklamní kampaní. Vstupní stránka může být produktová, která nabízí nějaké zboží a měla by motivovat k nákupu nebo pro budování značky je to stránka reklamní, u které se neočekává jakákoliv akce. [4]

3.2.10 E-mailing

Personalizovaná forma komunikace se zákazníkem díky vytvoření konkrétní nabídky, na kterou mohou zákazníci okamžitě odpovídat. Tato forma komunikace má výhody v podobě přesně cílené komunikace, nízkých nákladů, není příliš časově náročná a lze jednoduše sledovat efektivnost, na druhou stranu hromadné e-maily posílané bez souhlasu adresáta mohou být považovány za nebezpečné nebo za spam, což vede k nedůvěře adresáta. [9]

Účinnost e-mailingu lze sledovat pomocí počtu úspěšně doručených e-mailů k počtu všech e-mailů, dále se dá měřit počet kliků na aktivní odkazy obsažené v e-mailu. Informace o úspěšnosti e-mailové kampaně se dají sledovat pomocí statistik. [16]

3.3 SEM

„Search Engine Marketing (SEM) – jinak také marketing ve vyhledávačích. Vychází z předpokladu, že nejdůležitější je být nalezen vyhledávačem a na dané klíčové slovo související s obsahem stránky se zobrazit hledajícímu uživateli zákazníkovi.“ [7, s. 16]

Jedná se převážně o placenou propagaci firmy na internetu. Zahrnuje PPC kampaně či placené pozice ve vyhledávačích. Záleží na finančních možnostech firmy. SEM úzce souvisí s SEO, které je zahrnováno pod SEM. V SEM se nemění struktura zdrojového kódu webových stránek, zatímco u SEO jsou přímé zásahy a změny ve zdrojovém kódu. [2]

3.3.1 SEO

„Search Engine Optimization (SEO) – optimalizace stránek pro vyhledávače. Zjednodušeně se jedná o konkrétní techniky zabývající se způsobem, jak umístit stránky na co nejlepší pozici ve vyhledávání.“ [7, s. 17]

„Označuje rozmanitou skupinu aktivit, které můžete vykonávat za účelem zvýšení cíleného provozu, jenž přichází na váš web z vyhledávacích strojů.“ [2, s. 22]

Dva hlavní cíle, které chce firma díky SEO dosáhnout představuje zlepšení pozice webových stránek ve výsledcích vyhledávačů a zvýšená návštěvnost webových stránek firmy cílovými skupinami.

Před začátkem optimalizace stránek je důležité udělat analýzu působení firmy, její strategie, výrobků a jaká je konkurence firmy. Dále je nutná analýza webových stránek, jaký je jejich cíl, strategie, cílová skupina, která stránky navštěvuje či by měla navštěvovat a v neposlední řadě rozlišit návštěvníka od zákazníka. Poslední je časová a finanční analýza, která nám umožní zjistit velikost nutných finančních prostředků a časovou náročnost optimalizace. Musíme analyzovat, z jakého důvodu budeme webové stránky optimalizovat, pro koho chceme optimalizaci udělat a jaké prostředky k tomu použijeme. Dále musíme určit, kdo a jak bude provádět samotnou optimalizaci. A posledním krokem jsou neustálé aktualizace nejen stránky, ale také i prostředků optimalizace. [2]

3.3.1.1 Cílová skupina

Do cílové skupiny mohou patřit návštěvníci našich webových stránek, potenciální zákazníci, stávající zákazníci, veřejnost, média, zaměstnanci, obchodní partneři či konkurence. Je nutné velmi přesně vymezit cílovou skupinu kampaně, musíme brát v potaz všechna hlediska – např. demografická. Díky cílové skupině můžeme přesněji vybírat

a používat klíčová slova, stanovit si velikost rozpočtu, který odpovídá velikosti cílové skupiny. V oblasti placené reklamy můžeme určit, kdy a kde se naše cílová skupina pohybuje na internetu a podle toho časově naplánovat PPC kampaň. Firmy své webové stránky zařazují do různých katalogů a to buď placených či neplacených, podle oblasti podnikání a zájmů cílové skupiny. Firmy mohou psát odborné články na podporu prodeje.

Přístup k cílové skupině a reklama záleží na typu firmy – jedná se např.: o malou či velkou společnost, kamenné obchody, neziskové organizace, firmy na B2B trhu nebo firmy na B2C trhu. [2]

Přesné definování cílové skupiny ovlivňuje také to, co je primární činností, kterou chceme, aby návštěvníci na stránkách dělali. Poté se jedná o konverzi, což znamená, že návštěvník stránek udělá to, co je naším primárním cílem, aby na stránkách dělal. Může se jednat například o vyplnění dotazníku, koupi zboží, registraci na stránky, udělení komentáře, přihlášení k odběru noviněk nebo navštívení kamenné prodejny. [2]

3.3.1.2 Práce vyhledávačů

Software, který získává text z webových stránek a přidává ho k analýze centrálnímu stroji, se nazývá robot neboli crawler neboli spider. Výsledky vyhledávání od robotů, z webových stránek, katalogů nebo PPC reklam se indexují, analyzují a podle toho přidělují stránkám pozice ve výsledcích vyhledávačů. [2]

Pro omezení indexování roboty lze použít ve zdrojovém kódu webové stránky tyto metaznačky:

- *„index nebo noindex – robot smí nebo nesmí tuto stránku přidat do své databáze*
- *follow nebo nofollow – robot smí nebo nesmí následovat odkazy uvedené na této stránce*
- *all – totéž co „index, follow“, prázdná hodnota má také význam jako all*
- *none – totéž co „noindex, nofollow“, tj. úplně ignoruj tuto stránku“ [7, s. 51]*

Do kořenového adresáře domény lze umístit textový soubor „robots.txt“, který obsahuje některý z výše vyjmenovaných příkazů robotů. Robot při návštěvě stránky první zkontroluje, zda má povolen nebo nějak omezen svůj pohyb. Když tento soubor není v adresáři domény umístěn, má robot volný přístup. [7]

Dále můžeme roboty pozvat na své stránky pomocí sitemap, kde lze roboty upozornit například na aktualizaci stránky. Vygenerování sitemapy lze provést několika způsoby, jedním z nich je online generátor sitemap, který vygeneruje soubor sitemap.xml, který se následně vloží do kořenového adresáře webové stránky. [7]

3.3.1.3 Katalogy

Katalog je web, který je rozdělen do kategorií a odkazuje na jiné webové stránky. Vyhledávač se zaměřuje v katalogu na slova v titulku a na obecný popis webové stránky. Vyhledávač předkládá pouze výsledky ze své databáze odkazů. Pozici zobrazení lze u katalogů koupit a na rozdíl od placené reklamy ve vyhledávačích nejsou tyto výsledky viditelně odlišeny. K nejznámějším světovým katalogům patří Yahoo!, v České Republice jsou to katalogy českých stránek Seznam, Atlas nebo Centrum. [7]

Zařazení webových stránek firem do katalogů je další důležitou součástí SEO. Katalogy jsou sestavovány lidmi a také jinak hodnoceny než prostřednictvím robotů. Registrace do katalogů může být placená či zadarmo. Vždy je nutná registrace stránek a výsledek není vždy pozitivní, pracovníci katalogů posoudí webové stránky a na základě jejich rozhodnutí jsou webové stránky registrovány. V dnešní době je velké množství katalogů, které mají různé zaměření. [2]

3.3.1.4 Zpětné odkazy

Je nejlepší odkazovat na stránky, které jsou tematicky příbuzné s danou webovou stránkou, tímto lze zvýšit Rank stránek a zvýšit pravděpodobnost lepšího umístění ve výsledcích vyhledávače. Zpětné odkazy je možno kupovat nebo vyměňovat, dále lze zpětné odkazy získat například registrací do katalogů, pomocí tiskových zpráv nebo článků, zapojením do diskuzí, publikováním na blogu nebo inzercí na serverech. Zpětné odkazy lze také získat tzv. černými praktikami jako je spam, viry, komentářový spam a další. [7]

3.3.1.5 Titulek stránek

Je to jeden z nejdůležitějších on-page faktorů, jelikož vyhledávače ve výsledcích vyhledávání zobrazují jako nadpis právě titulek stránky. [7]

3.3.1.6 Text stránek

U textu stránek je velmi důležitý jejich obsah a množství, dále je velmi důležitý název obrázku nebo videa, který používá vyhledávač k dalšímu hodnocení stránek. [2]

Text by neměl být zbytečně dlouhý a měl by být strukturován do odstavců, odrážek a hlavně nadpisů (*h1,h2,h3*), v textu by měly být odkazy na jiné webové stránky, které s danou problematikou souvisí. [7]

3.3.1.7 Klíčová slova

Klíčová slova jsou velmi důležitým prvkem v SEO analýze, je velmi nutné je neustále analyzovat a obnovovat podle nových produktů, nabídek, čerpat od konkurence a měnit je podle analýz chování zákazníků. Klíčová slova mohou být viditelná, což znamená, že jsou obsažena v textu stránky nebo nadpisech, dále mohou být neviditelná, což znamená, že jsou obsažena v názvu webové stránky, v textu odkazů, popisu obrázků nebo videí, nebo jsou obsažena v HTML kódu stránky. [2]

V oblasti klíčových slov je nutné se zaměřit na synonyma, antonyma, ale lze využívat i překlady či slova s rozdílnou diakritikou. Důležité je nezapomenout obsáhnout následující:

- *„Název organizace*
- *Název stránek (serveru)*
- *Název produktu, který vyrábíte/prodáváte*
- *Odborné označení nebo slangový název (prohlédněte si odborné časopisy a specializovaná média, kde jistě najdete inspiraci)*
- *Slova nejlépe vystihující vaše podnikání/služby/výrobky*
- *Řešení problému, které vaše služby nebo výrobky nabízí*
- *Dobu, po kterou kampaň probíhá – pokud se jedná o sezónní zboží nebo službu, zahrňte mezi klíčové fráze vhodným způsobem název období („ubytování na Silvestra“)*
- *Překlady a doslovné přepisy, které se objevují zejména tehdy, pokud se mezi vašimi klíčovými slovy vyskytuje složitější slovo nebo méně známý název, případně slovo převzaté z cizího jazyka*
- *Statistiky, ke kterým byste měli mít přístup – podívejte se, na která slova vás doposud našli, určitě zde také najdete inspiraci*

- *Víceslovné výrazy, varianty bez háčeků a čárek, slova podobná a synonyma, hovorové výrazy, užívané zkratky*“ [7, s. 99]

Klíčová slova by měla být umístěna v URL, v doméně, kde jednotlivá slova rozdělujeme pomlčkami, ve značce *title* (titulku stránky), kde je optimální délka 10-70 znaků, dále ve značce *meta* v typu *description* (popis stránky) a typu *keyword* (klíčová slova). Frekvence klíčových slov v textu stránky by měla být 5-20% a měla by být také přiměřeně obsažena v nadpisech (*h1,h2,h3*). [7]

3.3.1.8 Nepovolené techniky

Používáním těchto technik může být webová stránka ignorována vyhledávačem nebo přestane být úplně zobrazována ve výsledcích vyhledávání. Těchto technik je velké množství, proto jsou zde uvedeny jen některé. Jednou z těchto technik je nepřirozené získání velkého počtu zpětných odkazů, což může z pohledu vyhledávače vypadat jako podvod. Další technikou je duplikovaný obsah webu, což znamená kopie stejných stránek na různých doménách www. Tapetování klíčovými slovy znamená, že jsou na celém těle webové stránky napsána klíčová slova stejnou barvou jako pozadí, což znamená, že jsou pro návštěvníka neviditelná, ale snaží se tímto zlepšit svou pozici ve výsledcích vyhledávání. [1]

3.3.1.9 Hodnocení stránek

Hodnocení webových stránek je ovlivňováno několika faktory, v případě nečinnosti konkurence mohou být webové stránky velmi dobře hodnoceny, to ale nevypovídá o jejich správnosti. Dalším důležitým faktorem je výkon serveru provozovatele stránek, když má server špatný výkon nebo stránky nejsou funkční, roboti je v tomto případě nenajdou a nemohou ohodnotit. [2]

Vyhledávač Google stránky hodnotí tzv. PageRankem podle množství odkazujících webových stránek na danou stránku a podle jejich hodnoty PageRanku. Stránka s vyšším PageRankem bude vyhledávači častěji navštěvovaná a indexovaná. V případě vyhledávače Seznam hovoříme o S-Ranku a pracuje na stejném principu jako PageRank. Hodnocení právě navštěvovaných stránek lze zjistit umístěním lišty, kterou lze stáhnout na následujících adresách: toolbar.google.com pro vyhledávač Google a software.seznam.cz/listicka pro vyhledávač Seznam. Stejnou službu lze nalézt i na jiných adresách. [1]

3.3.1.10 Pozice ve výsledcích vyhledávače

Umístění hledaného slova nebo fráze v titulku nebo v nadpise stránky bude mít lepší umístění ve výsledcích než jejich umístění v textu stránky. Dalším pozitivním prvkem je

umístění hledaných slov vedle sebe než, když jsou rozdělena jinými slovy. Lepší polohu ve výsledcích vyhledávání má PageRank nebo S-Rank daných stránek, s tím souvisí i počet kvalitních zpětných odkazů z různých domén, díky kterým vyhodnotí vyhledávač danou stránku jako oblíbenou a umístí ji na lepší pozici. [1]

3.4 Analýzy návštěvnosti

3.4.1 Google Analytics

Je nástroj, který analyzuje chování návštěvníků na webových stránkách a pomáhá firmě zvýšit kvalitu stránek. Na základě naměřených dat může firma přehodnotit a lépe stanovit cíle své komunikace nebo odhalit neefektivní reklamu a snížit vynakládání výdajů na takovou reklamu, či díky dlouhodobé analýze předvídat trendy návštěvnosti svých webových stránek. Google Analytics díky sledovacího kódu umístěného na webových stránkách sleduje a zaznamenává každou akci návštěvníka. Údaje o sledované webové stránce sbírá a dále posílá na analytické servery společnosti Google, kde jsou data přeměněna na přehledy. Firmy mohou zjistit typ návštěvníků svých webových stránek, marketingové kanály, kde ztrácí zákazníci nebo zjistit, která kampaň přináší firmě nejvíce konverzí. Dále mohou firmy určit podíl marketingových kampaní na hospodářských výsledcích a mohou využít statistiku klíčových slov, díky kterým se návštěvníci na jejich stránky dostali. V oblasti informací o návštěvnících nabízí Google Analytics široké možnosti v podobě určení geografické oblasti zákazníků, jazyka, typu prohlížeč nebo rozlišení obrazovky počítače, který používají. Data z Google Analytics lze porovnávat ve více časových obdobích a dále exportovat do PDF nebo xls formátu. Základní funkcí je přehled návštěv, který zobrazuje počet návštěv za určité časové období, podíl nových návštěv a míru opuštění stránek, která udává procento návštěv, které opustilo stránku na vstupní stránce. Všechna data se dají dále filtrovat a zkoumat.

Pro zprovoznění Google Analytics je nutné mít účet na Googlu a dále lze založit účet na Google Analytics, kde se zadají stejné přihlašovací údaje. Po přihlášení je nutné odsouhlasit všeobecné podmínky užívání a zvolit název účtu. Dále konfigurator sledovacího kódu nakonfiguruje sledovací kód, který je nutné vložit do zdrojového kódu všech stránek webu nad uzavírací značkou *HEAD*. v případě webových stránek s více doménami nebo subdoménami se používá pokročilá konfigurace sledovacího kódu. Sledování Google Analytics lze propojit i s PPC systémy a propojit jejich výsledky. [10, 11]

3.4.2 Heat mapy

Je to obrázek webové stránky, který nám pomocí barevné škály ukazuje, kde a kdy návštěvník kliknul, což může pomoci provozovateli webových stránek při následné úpravě s ohledem na chování návštěvníka. Poskytovatel služby vygeneruje kód, který následně provozovatel webových stránek vloží do zdrojového kódu každé stránky. Po vložení tohoto kódu se začínají stránky sledovat a jejich provozovatel po zadání klávesové zkratky na webových stránkách a vyplněním přihlašovacích údajů může kdykoli sledovat chování návštěvníků. Heat mapy poskytují statistiky chování návštěvníka, umožňují zobrazit jednotlivé dny nebo si přehrát chování návštěvníka za určité období. [12]

3.5 Komunikace mezi firmami neboli na B2B trhu

„Marketing mezi podniky lze definovat jako všechny činnosti, které jsou zaměřeny na marketing produktů organizace (podnikatelské, vládní, distribuční), s cílem jejich opakovaného nákupu nebo užití k výrobě spotřebních produktů, produktů pro další výrobu nebo pro usnadnění podnikatelských činností.“ [8, s. 520]

Produkty se na B2B trhy dělí do čtyř kategorií, které obsahují výrobní vstupy, které jsou součástí konečného výrobku. Další kategorií jsou základní prostředky, které se dělí na movité a nemovité a tvoří výrobní zařízení. Pomocný materiál a vstupy jsou další kategorií, která pomáhá při výrobě. Poslední kategorií je zboží k dalšímu prodeji, které je určeno k přímému prodeji a spotřebě konečným zákazníkem. [8]

Marketéři znají v oblasti trhu B2B své zákazníky lépe než je tomu na spotřebitelském trhu a uplatňují více individuální přístup. V prostředí business trhu je více rozvinutý marketing vztahů, který je založen na budování dlouhodobých obchodních vztahů. Firmy mají většinou jednoho nebo několik klíčových obchodních partnerů, se kterými udržují dobré vztahy. V oblasti produktů se firmy více přizpůsobují zákazníkům, jelikož se jedná převážně o průmyslové výrobky a poskytují zákazníkům více doprovodných služeb. Distribuční kanály jsou krátké a přímé, jelikož firmy využívají svých vlastních obchodníků, kteří jsou dobře informováni o produktech a jejich technických vlastnostech. Firmy mají vždy oficiální ceníky, které se mohou lišit při samotném prodeji s ohledem na množství zboží a cen konkurence. Rozhodování zákazníka na tomto trhu je ovlivněno marketingovou komunikací a to převážně osobní komunikací, dále pak katalogy firmy, public relations, výstavami, veletrhy, inzercí, direct mailingem nebo webovými stránkami. [8]

3.5.1 Internetový marketing na B2B trhu

Důležitou součástí na B2B trhu je budování důvěry jak s klienty, tak s obchodními partnery, tato důvěra se buduje dlouhodobě, ale je většinou trvalého charakteru. Případné problémy se tudíž dají řešit přátelským způsobem. Pro získávání důvěry u potenciálních a nových zákazníků slouží především profesionální a dobře optimalizované webové stránky, na kterých lze najít kvalitní informace o firmě i jejích produktech či odborné články. Když chce firma zákazníka zaujmout, je nutné, aby nabízela něco jiného než ostatní a dávala možnost zákazníkovi spoluvytvářet obsah webových stránek tím, že jim nabídne možnost zapojení do diskusních fór, kde jim poskytne rychlé řešení problémů buď prostřednictvím zaměstnance firmy, či jiného zákazníka, díky těmto diskuzím se vytvářejí databáze informací, kde mohou zákazníci najít rychlou odpověď na jejich problémy. Pro posilování důvěry se stávajícími zákazníky jsou důležité i osobní schůzky, které patří mezi offline aktivity či soukromé diskuze přes webové stránky. Je nutné myslet na to, že zákazníci vyhledávají nejen prostřednictvím nejznámějších prohlížečů jako je Seznam nebo Google, ale i prostřednictvím menších specializovaných portálů. Zákazníci na business trhu velmi dobře produktům rozumí a zadávají delší a více specifikované dotazy neboli „long tail“, díky tomu musíme využívat i odborné zaměstnance, kteří mohou firmě pomoci při komunikaci s těmito zákazníky, při specifikování textu na webových stránkách či s výběrem klíčových slov, dále mohou psát odborné články a zprávy. Pomocí optimalizace stránek či PPC reklamou může firma zvýšit návštěvnost svých stránek. [4]

3.5.2 Konverzace

Pro konverzaci v oblasti B2B je důležité, aby zákazník komunikoval stále se stejnou osobou s jasnou funkcí. Ke konverzaci se zákazníky je nutné použít všechny možné prostředky – telefon, jak pevnou tak mobilní linku, e-mailovou adresu, blogy, aktuality na webových stránkách, či dotazníky. [4]

4 Metodika sběru dat

Pro účel analýzy byla použita primární i sekundární data.

4.1 Sekundární data

Sekundárními daty byly interní dokumenty firmy a jejich výstupem je SWOT analýza, která je umístěna v kapitole č. 1. Charakteristika prostředí společnosti na B2B trhu. Dalšími sekundárními daty byly informace o počtu a zdroji zakázek za sledované období, jejichž výstup se nachází v následující kapitole, kde byla tato data analyzována.

4.2 Primární data

Byla použita i primární data, která byla sbírána několika různými způsoby. Byly použity analýzy z Google Analytics, statistiky chování návštěvníků stránek díky využití Heat map, dále statistiky z PPC kampaně Sklik a SEO analýza.

4.2.1 Google Analytics

Je to nástroj, který analyzuje chování návštěvníků na webových stránkách a pomáhá firmě zvýšit kvalitu stránek. Na základě naměřených dat může firma přehodnotit a lépe stanovit cíle své komunikace nebo odhalit neefektivní reklamu a snížit vynakládání výdajů na takovou reklamu, či díky dlouhodobé analýze předvídat trendy návštěvnosti svých webových stránek. Tato služba je poskytována zadarmo a v českém jazyce. Prvním krokem bylo založení účtu na Google.com, kde byla zadána e-mailová adresa gtg-obchod@seznam.cz vytvořená pro účely této analýzy. Dalším krokem bylo vytvoření účtu na Google Analytics, kde byla zadána stejná e-mailová adresa a heslo jako na účtu Google.com. Po registraci na Google Analytics bylo nutné vygenerovat pomocí generátoru sledovací kód, který byl vložen do zdrojového kódu webových stránek firmy www.gtg-potrubi.cz, kde bylo nutné vložit sledovací kód do každé stránky zvlášť. Po vložení sledovacího kódu je bylo odsouhlasit všeobecné podmínky a začít sledovat chování návštěvníků webových stránek. Webové stránky firmy začaly být sledovány pomocí Google Analytics od 1. listopadu 2011. Přehled návštěvníků poskytuje analýzu, která ukazuje, kolik zde bylo za určitou časovou dobu návštěv, odkud návštěvníci stránek byli, míra okamžitého opuštění, která znamená, že toto procento návštěv opustilo stránku na vstupní stránce. Dále ukazuje průměrnou dobu návštěvy, procento nových návštěv, který operační systém a prohlížeč návštěvníci používali, dále rychlost načtení stránky. Lze také zjistit zdroje návštěv webových stránek, klíčová slova, díky kterým se návštěvníci na stránky dostali nebo vstupní a výstupní stránky.

4.2.2 Heat mapy

Je to obrázek webové stránky, který nám pomocí barevné škály ukazuje, kde a kdy návštěvník kliknul, což může pomoci provozovateli webových stránek při následné úpravě s ohledem na chování návštěvníka. Ukáže, co návštěvníka zajímá a co naopak ignoruje. Tato služba byla využita prostřednictvím bezplatné dvoutýdenní zkušební verze, kterou poskytuje server <http://www.myx.cz/>. Po objednání zkušební verze na webových stránkách <http://www.myx.cz/zkusebni-verze-zdarma>, přijde žadateli na uvedenou e-mailovou adresu kód, který je nutné přidat do zdrojového kódu každé stránky. Po zadání tohoto kódu se začnou webové stránky sledovat a po jejich zobrazení se může uživatel okamžitě přihlásit a sledovat chování návštěvníků. Přihlašovací okno a heat mapa se zobrazí po zvolení této kombinace na klávesnici: Ctrl + Alt+ Shift + m (pro Windows), nebo Ctrl + Option + Shift + m (pro počítače MAC). Heat mapa zobrazuje pomocí barevných škál počet kliknutí uživateli, přehled lze stanovit za jakékoliv zadané období, zobrazují se zde statistiky návštěvnosti a je možné sledovat přesný průběh chování uživatele na stránce, kdy a kde klikl. Díky analýze chování uživatele na webových stránkách může firma zlepšit své stránky. Analýza heat map na webových stránkách www.gtg-potrubí.cz probíhala v období 1. – 15. dubna 2012. Z této analýzy lze zjistit celkový počet kliků za sledované období i za den, ve které hodině a kolikrát uživatelé klikli. [12]

4.2.3 PPC kampaň

Ve spolupráci s vedením firmy a společností Seznam.cz byla vytvořena PPC kampaň. První byl vytvořen účet na serveru Sklik.cz, což je portál pro PPC kampaně od společnosti Seznam.cz. Zde byla vytvořena kampaň GTG Potrubí, kde byl nastaven denní rozpočet 250 Kč a bylo vytvořeno 16 sestav zaměřených na produkty firmy s maximální cenou za klik 10 Kč. Zde byly vytvořeny inzeráty podle klíčových slov, které byly zvoleny na základě konzultace s vedením společnosti. Spuštění kampaně bylo 12. 4. 2012 a její předpokládané ukončení je 11. 7. 2012. Sklik nabízí sledování statistik, počet zobrazení, prokliků, průměrnou a celkovou cenu za proklik, míru prokliků, což je hodnota, která vychází z poměru prokliků a počtem zobrazení a udává tedy, s jakou pravděpodobností si na zobrazený inzerát uživatelé kliknou. Statistika byla vytvořena 25. dubna 2012 za období 11. dubna až 25. dubna 2012.

4.2.4 SEO analýza a síla webu

„Search Engine Optimization (SEO) – optimalizace stránek pro vyhledávače. Zjednodušeně se jedná o konkrétní techniky zabývající se způsobem, jak umístit stránky na co nejlepší pozici ve vyhledávání.“ [7, s. 17]

Pro SEO analýzu byla využita webová stránka <http://seo-servis.cz/>, kde byla provedena analýza zdrojového kódu všech stránek webové stránky firmy a dále síla webu. Z analýzy zdrojového kódu lze zjistit popisné informace webu, zanalyzovat obsahovou část webové stránky a díky tomu vylepšit SEO hodnocení, které může zvýšit pravděpodobnost dosažení lepší pozice ve vyhledávačích. Analýza síly webové stránky ukáže komplexní přehled o stavu, síle a potenciálu webové stránky. Byly zkoumány tyto faktory: titulek webové stránky, klíčová slova ve zdrojovém kódu, popis stránek ve zdrojovém kódu, informace pro roboty, sitemapa, Pagerank a S-rank nebo popularita URL adresy, která znamená výskyt URL adresy kdekoli na jiných webech, což znamená i zmínky v prostém textu a nemusí se jednat o odkaz.

5 Analýza současné situace

5.1 Analýza zakázek

Tabulka 5.1: analýza zakázek Zdroj: [17]

	zakázky osobní vztahy	zakázky z internetu	zakázky celkem
únor 2011	1		1
březen 2011	3		3
duben 2011	3		3
květen 2011	17		17
červen 2011	11	1	12
červenec 2011	8	1	9
srpen 2011	17	1	18
září 2011	15	4	19
říjen 2011	9	5	14
listopad 2011	10	5	15
prosinec 2011	10	1	11
leden 2012	10	7	17
únor 2012	11	8	19
březen 2012	18	6	24
duben 2012	11	6	17
celkem	154	45	199

Firma provedla během své existence celkem 199 zakázek, tyto zakázky byly provedeny v období od 1. února 2011 do 30. dubna 2012. Webové stránky firmy byly spuštěny 1. března 2011. Firma má celkem 27 zákazníků, z nichž s 12 firmami obchoduje firma díky osobním vztahům a 15 firem je získaných díky internetové komunikaci. S firmami, se kterými jsou budovány osobní vztahy, jsou uskutečňovány obchody častěji a pravidelněji. Zákazníci, kteří mají s firmou osobní kontakt, provedly 154 zakázek, což je více než firmy získané internetovou komunikací, které provedly celkem 45 zakázek. Nejvíce zakázek bylo v březnu 2012 a dále v září 2011, naopak nejméně zakázek bylo provedeno v prvních třech měsících působení firmy. Nejvíce zakázek díky internetové komunikaci bylo provedeno v únoru a v lednu 2012.

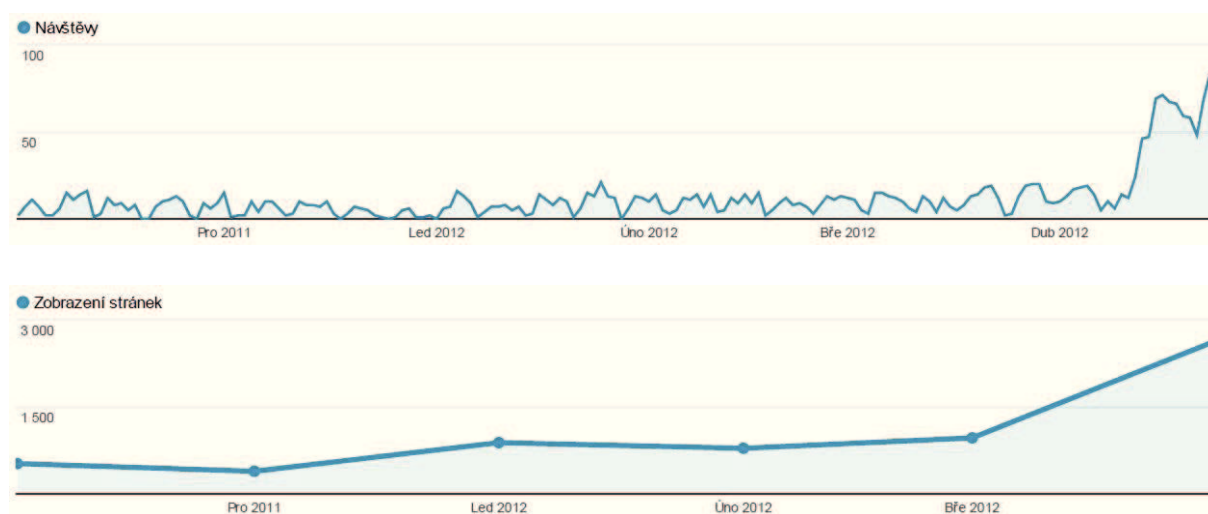
Efektivnost internetové komunikace stoupá, ale stále je efektivnější obchod na základě osobních vztahů.

5.2 Google Analytics

Testování pomocí Google Analytics probíhalo v období od 1. listopadu 2011 do 24. dubna 2012. Počet unikátních návštěv bylo 1856 a celkový počet návštěv na této webové stránce bylo 2132, z toho bylo 1832 návštěv, které tvořili nový návštěvníci, což je 85,93 % a 300 návštěv tvořili vracející se návštěvníci, což je 14,07%. To znamená, že stránky

jsou navštěvovány více novými návštěvníky, kteří už se na stránky mnohdy nedívají znovu. Míra okamžitého opuštění na této webové stránce je 43,29%, což znamená, že toto procento návštěv opustilo stránku na vstupní stránce, z čehož vyplývá, že 56,71 % pokračuje na další stránky analyzované webové stránky. Průměrná doba návštěvy uživatele na webové stránce je 1 minuta 33 sekund. Nejdelší návštěva byla uskutečněna ve čtvrtek 5. lednu 2012 a trvala 16 minut, dále v úterý 31. ledna 2012, která trvala 9 minut a 26 sekund a v úterý 1. listopadu 2012, která trvala 8 minut. Nejvyšší počet návštěv byl proveden v měsíci dubnu a 23. dubna 2012 bylo provedeno celkem 84 návštěv a 16. dubna, kdy bylo provedeno 71 návštěv. V období od 16. prosince do 2. ledna 2012 byly stránky nejméně navštěvovány. Nejméně návštěv bylo provedeno v prosinci 2011, což bylo 151 návštěv, dále v listopadu 2011, kdy bylo provedeno 216 návštěv, v lednu 2012 bylo provedeno 262 návštěv, v únoru 2012 bylo provedeno 263 návštěv, v březnu 2012 bylo provedeno 337 návštěv a nejvíce návštěv bylo 903, které byly provedeny v období od 1. dubna do 24. dubna 2012.

Graf 5.1 návštěvnost webových stránek Zdroj: Google Analytics



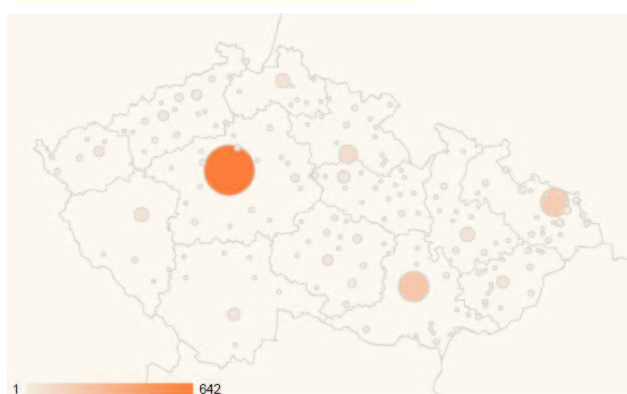
5.2.1 Demografické údaje

Stránky byly navštíveny z celého světa, nejméně návštěv bylo učiněno z Turecka, Švédska, Makedonie, Japonska a Belgie a to z každé země pouze jedna návštěva. Dále z každé země dvě návštěvy byly učiněny z USA, Nizozemí a Francie. Tři návštěvy byly učiněny z Ruska, Filipín, Litvy a Švýcarska. Dále z Itálie, Velké Británie a Rakouska, z každé z těchto zemí bylo učiněno 5 návštěv, nejdéle strávili na webové stránce návštěvníci z Itálie a to 1 minutu. Ze Srbska bylo učiněno 7 návštěv, kde strávili návštěvníci průměrně 3 minuty. Z Polska bylo učiněno deset návštěv, a průměrná doba strávená na webové stránce byla pouze

10 sekund. Z Číny bylo učiněno 11 návštěv a procento nových návštěv bylo 54,55 %, což znamená, že 45,45 % uživatelů tvoří návštěvníci, kteří tuto stránku navštívili několikrát. Dvacet návštěv bylo z Německa, kde průměrná doba strávená návštěvníkem na stránce byla 1 minuta a 25 sekund a zobrazení byla tvořena z 95 % novými návštěvníky. Ze Slovenska, kde sídlí mateřská společnost analyzované firmy, bylo učiněno sedmdesát návštěv a průměrná doba návštěvy byla minuta a 51 sekund.

Nejvíce návštěv bylo provedeno z České republiky, kde bylo provedeno 1967 návštěv a průměrná doba návštěvy činila minutu a 34 sekund. Návštěvy byly učiněny celkem

Obrázek 5.1 mapa návštěvnosti
Zdroj: Google Analytics



ze 172 měst v České republice, jak ukazuje obrázek 5.1.

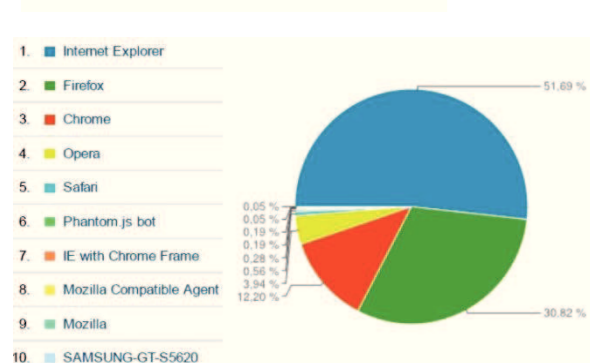
Nejvíce návštěv bylo z Prahy, těchto návštěv bylo 642 návštěv, což je způsobeno sídlem firmy, které je v Praze. Průměrná doba návštěvy byla dvě minuty a míra okamžitého opuštění byla pouze 35,67 %. Krajem s druhou nejvyšší návštěvností byl Moravskoslezský kraj, ze kterého bylo provedeno 290 návštěv, z toho

185 z Ostravy, kde má firma obchodní kancelář a sklady. Z Jižní Moravy bylo provedeno 259 návštěv, kde bylo nejvíce návštěv učiněno z Brna a to 215 návštěv.

5.2.2 Technologie

Operační systém Windows používalo 2098 návštěvníků, což činí 98,41 %. Návštěvníci nejčastěji používali prohlížeč Internet Explorer, který byl využit pro 1102 návštěv, což činí

Graf 5.2 prohlížeče návštěvníků
Zdroj: Google Analytics



51,69 %. Druhým nejvyužívanějším prohlížečem byl Firefox, který byl využit pro 657 návštěv, tedy 30,82 %.

Dalším velmi používaným prohlížečem byl Chrome, který byl použit pro 260 návštěv, což bylo 12,2 %. Zbylé procenta jsou tvořena prohlížeči Opera, Safari, Phantom.js bot a další. Míru používání prohlížečů dokumentuje tabulka č. 5.2. Většina návštěv byla učiněna z počítače, pouze 4 návštěvy byly

provedeny z mobilního telefonu a to dvě v březnu 2012 a dvě v dubnu 2012. Nejvíce návštěv bylo z mobilního zařízení Apple iPad. Rychlost načítání analyzované webové se liší podle

používaného prohlížeče, nejrychleji byla webová stránka načtena z prohlížeč Firefox, kde tato doba činila 0,94 sekund. Internet Explorer načítal webovou stránku 1,49 sekund a prohlížeč Chrome načítal webovou stránku 2,15 sekund.

5.2.3 Zdroje návštěvnosti

Největší návštěvnost byla tvořena z vyhledávání, které tvořilo 1704 návštěv, což tvoří 79,92 %, dále bylo 286 návštěv z odkazujících stránek, což je 13,41% a zbylých 6,66% tvořilo 142 návštěv, které byly přímé. Zdroje návštěvnosti dokumentuje graf č. 5.3.

Graf 5.3 zdroje návštěvnosti Na webové stránky firmy odkazuje 25 stránek, ze kterých byla
Zdroj: Google Analytics



největší návštěvnost ze stránky firmy.cz, z této stránky bylo provedeno 191 návštěv, které tvoří 66,78 %. Dále 11,54 % návštěv bylo provedeno ze stránky zbozi.cz,

díky které bylo provedeno 33 návštěv. Další stránkou je konstrukce.cz, c.imedia.cz, search.centrum.cz, atlasfirem.info, mapy.cz, obrázky.cz a další. Nejvíce návštěv z veškeré návštěvnosti je z vyhledávače seznam.cz, kde má firma PPC kampaň, tato stránka tvořila 1217 návštěv, tedy 71,42 % návštěv. Dále bylo 470 návštěv ze stránek Googlu, což tvořilo 27,58 % návštěv. Návštěvy na webových stránkách byly realizovány i díky zadání klíčových slov do vyhledávače, těmito klíčovými slovy bylo „ocelové potrubí“, díky tomuto klíčovému slovu bylo uskutečněno 36 návštěv, dále „gtg cz“, „gtg“, „plastové potrubí“, „plastové trubky“, „general trading gate“, „trubka ocelová dn 500 ceník“, „ocelové trubky“ a „plastové potrubí ceník“. Přímá návštěvnost byla převážně na úvodní stránce, kde bylo uskutečněno 114 přímých návštěv, na další stránky webové stránky bylo uskutečněno maximálně 5 přímých návštěv. Vstupní i výstupní stránkou s nejvíce návštěvami a odchody byla stránka „produkty“, která měla 552 vstupů a 518 výstupů, další stránkou s vysokými vstupy byla úvodní stránka, která měla 423 návštěv a nejmenší míru okamžitého opuštění, což bylo 23,64 %. Stránkou s nejmenšími vstupy byl a stránka „ceníky“, která měla pouze 41 vstupů a stránkou s nejmenšími výstupy byla stránka „potrubí svařované pozink“, kde bylo uskutečněno 66 výstupů.

5.3 Heat mapa

Testování pomocí heat map probíhalo v období 14-ti dnů a to 1. až 14. dubna 2012. Bohužel ve sledovaném období probíhaly velikonoční svátky, což zapříčinilo menší návštěvnost webových stránek. Z výsledků jednotlivých heat map, lze určit chování

návštěvníků v jednotlivých dnech a hodinách a dále podle zvyklostí uživatele stránky přizpůsobovat. Celkem bylo provedeno za sledované období 461 kliků, nejvíce kliků bylo provedeno v pátek 13. dubna 2012 a to 89. Nejméně kliků bylo v sobotu 7. dubna 2012, kdy bylo provedeno 6 kliků a v neděli 8. dubna 2012, kdy bylo provedeno celkem 9 kliků, tato malá četnost odpovídá velikonočním svátkům. Stránky byly nejvíce navštěvovány v době od 10:00 do 16:30 hodin. Uživatelé nejvíce klikali na položky menu, dále na proklikávací logo společnosti v levém horním rohu, které odkazuje na úvodní stránku, naopak uživatelé neklikali na vlaječky v pravém horním rohu, které nabízí možnost přepnout stránky do jiného jazyka, respektive odkazují na stránky mateřské firmy, které jsou i cizojazyčné. Analýza jednotlivých stránek:

5.3.1 Úvod

Obrázek 5.2 Heat mapa Úvod Zdroj: aplikace myx.cz
heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz



Na této stránce bylo provedeno celkem 27 kliků, nejvíce uživatelé klikali na další položku v menu, což bylo „Představení společnosti“, což znamená, že si webové stránky prohlíželi systematicky. Nejvíce kliknutí na této stránce bylo ve středu 4. dubna 2012 a to celkem 7, ve dnech 1., 5., 7., 8. a 9. dubna 2012 nebyl na této stránce proveden žádný klik. Nejvíce kliků bylo provedeno od 10:00 do 14:00 hodin, nejméně od 16:30 do 8:00 hodin.

5.3.2 Představení společnosti

Obrázek 5.3 Heat mapa Představení společnosti
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz



Na této stránce bylo provedeno pouze 9 kliků, nejvíce uživatelé klikali na další položku v menu, což byly „Cíle společnosti“ a dále na předchozí položku, což byl „Úvod“. Nejvíce kliknutí na této stránce bylo v pátek 13. dubna 2012 a to celkem 3 kliknutí, v období 5. až 12. dubna a 14. dubna 2012 nebyl proveden žádný klik. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 11:30 do 14:00 hodin a nejméně v časovém rozmezí

od 16:30 do 11:00 hodin.

5.3.3 Cíle společnosti

Na této stránce bylo provedeno pouze 7 kliků a nejvíce uživatelé klikali na následující položku v menu, což byly „Produkty“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pátek

13. dubna 2012 a to 2 kliky, v období 2., 5., 7. až 11. a 14. dubna 2012 nebyl proveden žádný klik. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 11:00 do 19:30 hodin a nejméně od 20:00 do 11:00 hodin.



Obrázek 5.4 Heat mapa Cíle společnosti Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubí.cz

5.3.4 Produkty

Na této stránce bylo provedeno celkem 67 kliků, což byl 3. nejvyšší počet kliků.

Obrázek 5.5 Heat mapa Produkty Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Uživatelé klikali na všechny položky menu a nejvíce na položky podmenu a to zejména na „Potrubí bezešvé“, „Potrubí plastové“, „Potrubí izolované“ a „Potrubí svařované černé“, dále potom na položky menu „Úvod“ a „Představení společnosti“. Další položkou s mnoha kliknutími byl „Ceník duben 2012“, což je proklikávací odkaz v textu stránky a v novém okně prohlížeče se zobrazí ceník společnosti. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v sobotu 14. dubna a to 22 a v pátek 13. dubna 2012 a to 17 kliknutí, naopak 3., 7. a 9. dubna 2012 nebyl proveden žádný klik. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 9:00 do 21:00 hodin

a nejméně od 23:00 do 7:00 hodin.

5.3.5 Potrubí bezešvé

Obrázek 5.6 Heat mapa Potrubí bezešvé Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Zde bylo provedeno celkem 52 kliků za sledované období a nejvíce uživatelé klikali na položku v menu s názvem „Ceník“, dále pak „Potrubí bezešvé“, „Potrubí svařované černé“, „Produkty“, „Příslušenství“ a „Potrubí izolované“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve čtvrtek 12. dubna, což bylo 12 kliknutí a v pátek 13. dubna 2012, což bylo 11 kliknutí. V neděli 1. dubna a v období 6. až 8. dubna 2012 nebyla na této stránce provedena žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 12:00 do 21:30 hodin a nejméně od 22:00 do 7:00 hodin.

5.3.6 Potrubí svařované černé

Obrázek 5.7 Heat mapa Potrubí svařované
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Na této stránce bylo provedeno celkem 68 kliků, což byl 2. nejvyšší počet kliků. Uživatelé klikali různě po celé stránce a na položky menu, a to nejvíce na položky podmen, zejména na „Potrubí bezešvé“, „Potrubí svařované pozink“ a „Potrubí izolované“, dále na položky menu „Úvod“, „Reference“ a „Ceníky“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve čtvrtek 12. dubna, kdy bylo provedeno 20 kliků a dále v pátek 13. dubna, kdy bylo provedeno 13 kliků, naopak 11. dubna 2012 nebyl proveden žádný klik. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 8:00 do 16:00 hodin a od 19:00 do 21:00 hodin, naopak nejméně od 22:00 do 7:00 hodin.

5.3.7 Potrubí svařované pozink

Obrázek 5.8 Heat mapa Potrubí svařované
pozink Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Zde bylo provedeno celkem 20 kliků za sledované období a nejvíce uživatelé klikali na položku v menu s názvem „Potrubí svařované černé“, dále pak „Potrubí izolované“, „Představení společnosti“ a „Ceníky“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pondělí 2. dubna, což bylo 5 kliknutí a ve čtvrtek 12. dubna, což byly 4 kliknutí. V neděli 1. dubna, úterý 3. dubna, ve středu 11. dubna a v období 5. až 7. dubna 2012 nebyla na této stránce provedena žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 13:00 do 16:00 hodin a nejméně od 23:00 do 9:00 hodin.

5.3.8 Potrubí izolované

Zde bylo provedeno celkem 27 kliků, za sledované období uživatelé klikali po celé stránce a dále na položky v menu, nejvíce kliknutí bylo provedeno na položce „Potrubí plastové“, dále pak „Potrubí bezešvé“, „Úvod“ a „Ceníky“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pondělí 9. dubna, což bylo 15 kliknutí. v neděli 1. dubna až 3. dubna, dále 5. až 8. dubna a 11. až 12. dubna nebyla na této stránce provedena žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 15:00 do 21:30 hodin a nejméně od 22:00 do 8:00 hodin.



Obrázek 5.9 Heat mapa Potrubí izolované
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz

5.3.9 Potrubí plastové

Obrázek 5.10 Heat mapa Potrubí plastové
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Zde bylo provedeno celkem 30 kliků, za sledované období uživatelé klikali po celé stránce a dále na položky v menu, nejvíce kliknutí bylo provedeno na položce „Příslušenství“, dále pak „Přírubové trubky“ a „Potrubí svařované černé“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pátek 13. dubna a v sobotu 14. dubna, což bylo 9 kliknutí. V neděli 1. dubna až 2. dubna, dále 6. dubna a 9. až 11. dubna nebyla na této stránce provedena žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 14:00 do 21:00 hodin a nejméně od 22:00 do 6:00 hodin.

5.3.10 Příslušenství

Obrázek 5.11 Heat mapa Příslušenství
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Zde bylo provedeno celkem 17 kliků, za sledované období uživatelé klikali po celé stránce a dále na položky v menu, nejvíce kliknutí bylo provedeno na následující položce „Přírubové trubky“ a dále pak na položku „Ceníky“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pátek 13. dubna, což byly 4 kliky. V ostatních dnech byly provedeny maximálně dva kliky nebo žádný. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 11:00 do 16:00 hodin a nejméně od 21:00 do 6:00 hodin.

5.3.11 Přírubové trubky

Obrázek 5.12 Heat mapa Přírubové trubky
Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy
na webové stránce www.gtg-potrubí.cz



Zde bylo provedeno celkem 7 kliků, za sledované období uživatelé nejvíce klikali na následující položky v menu s názvem „Služby“, dále pak „Potrubí plastové“, „Potrubí bezešvé“ a „Úvod“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve středu 4. dubna, dále pak bylo provedeno

jedno kliknutí nebo žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 13:00 do 16:00 hodin a nejméně od 17:00 do 6:00 hodin.

5.3.12 Služby

Obrázek 5.13 Heat mapa Služby

Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz



Zde bylo provedeno celkem 5 kliků, za sledované období uživatelé nejvíce klikali na položky v menu s názvem „Reference“, dále pak „Potrubí svařované černé“ a „Kontakty“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve středu 4. dubna, dále pak bylo provedeno jedno kliknutí 6. dubna a 13. dubna a ve zbylých dnech nebyla uskutečněna žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 10:00 do 14:00 hodin a nejméně od 17:00 do 6:00 hodin.

5.3.13 Reference

Obrázek 5.14 Heat mapa Reference

Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz



Zde bylo provedeno celkem 9 kliků, za sledované období uživatelé nejvíce klikali na následující položky v menu s názvem „Aktuality“, dále pak „Kontakty“ a „Produkty“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve středu 4. dubna a v pátek 13. dubna a to 2 kliknutí, dále pak bylo provedeno jedno kliknutí nebo žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 11:30 do 16:30 hodin a nejméně od 20:00

do 8:00 hodin.

5.3.14 Kontakty

Zde bylo provedeno celkem 34 kliků, za sledované období uživatelé nejvíce klikali na e-mailové adresy uvedené na této stránce a na následující položky v menu „Ceníky“ a „Produkty“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno ve středu 4. dubna a v pátek 6. dubna a to 9 kliknutí. V pondělí 2. dubna a v období 7. dubna až 9. nebyla na této stránce provedena žádná akce. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 8:00 do 17:00 hodin a nejméně od 18:00 do 7:00 hodin.

5.3.15 Ceníky

Obrázek 5.15 Heat mapa Ceníky

Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz



Zde bylo provedeno nejvíce kliknutí a to celkem 77, za sledované období uživatelé nejvíce klikali na položku „Ceník duben 2012“, což je proklikávací odkaz v textu stránky a v novém okně prohlížeče se zobrazí ceník společnosti. Dále klikali uživatelé na následující položky v menu „Kontakty“ a „Produkty“. Nejvíce kliknutí bylo provedeno v pátek 13. dubna, což bylo 13 kliknutí a ve čtvrtek 12. dubna, a to 12 kliknutí. Na této stránce byla provedena každý den

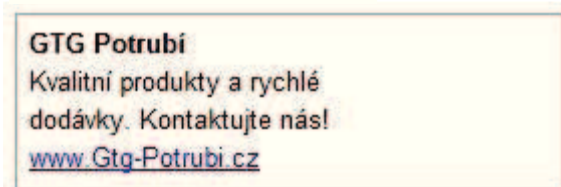
nějaká akce a nejmenší počet byl v neděli 1. dubna, což bylo 1 kliknutí. Nejvíce kliknutí bylo provedeno od 7:00 do 22:00 hodin a nejméně od 23:00 do 6:00 hodin.

5.4 PPC kampaň

Dne 25. dubna 2012 byla vygenerována statistická data PPC kampaně za období 11. dubna až 25. dubna 2012. Díky této statistice lze zjistit, že byly inzeráty z kampaně zobrazeny na 228 webových stránkách. Celkově byly inzeráty zobrazeny 91649 krát a z toho bylo učiněno 557 prokliků. CTR neboli míra prokliku byla průměrně 0,61. CTR představuje poměr mezi počtem prokliků a počtem zobrazení inzerátu a udává tedy, s jakou pravděpodobností si na zobrazení inzerátu uživatelé kliknou. Průměrná cena za proklik neboli CPC je 4,4 Kč a celková cena za sledované období je 2451 Kč. Dalším zobrazovaným faktorem je průměrná pozice, která byla 2,64. Největší počet zobrazení bylo na stránce <http://search.seznam.cz/> a to 21841 zobrazení, z toho bylo učiněno 484 prokliků na webové stránky, míra prokliku byla 2,22 a průměrná cena za proklik 4,37 Kč a celková cena 2117 Kč. Další stránkou, kde bylo vysoké zobrazení byla stránka www.stream.cz, kde byl počet zobrazení 13731 a pouze jedno proklik, který byl za cenu 10 Kč. Na stránce www.zbozi.cz byl učiněn druhý největší počet prokliků a to 29 z celkového zobrazení 4576 a to za cenu 83,90 Kč. Ukázkou PPC inzerátů představují obrázky č. 5.16 a 5.17.

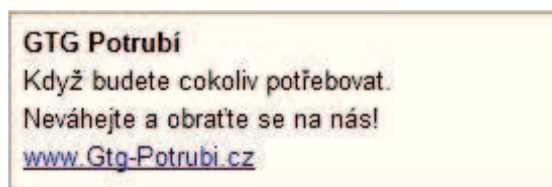
Obrázek 5.16 PPC inzerát

Zdroj: www.sklik.cz



Obrázek 5.17 PPC inzerát

Zdroj: www.sklik.cz



5.5 SEO analýza a síla webu

Po provedení SEO analýzy na webové stránce seo-servis.cz, byly zjištěny následující poznatky. Tato analýza proběhla dne 13. dubna 2012. Testování síly webu proběhlo dne 21. dubna 2012 pomocí webové stránky seo-servis.cz.

Všechny stránky analyzované webové stránky mají správně vyplněný **titulek**, který je důležitým on-page faktorem, jelikož vyhledávače ve výsledcích vyhledávání zobrazují jako nadpis právě titulek stránky. Titulek stránky vždy začíná názvem firmy, za kterým je uveden název kapitoly, který je shodný s označením v menu stránky. Dále na všech stránkách chybí **klíčová slova** ve zdrojovém kódu, tudíž její úspěšnost ve vyhledávačích je oslabena. Pro současné leadery (google, seznam) je tato informace nepodstatná, jelikož klíčová slova ignorují. **Popis stránek** chybí také na všech stránkách, tato nedokonalost může záporně působit u některých vyhledávačů, které ho používají u výsledku vyhledávání. Některé vyhledávače používají popis stránek u výsledku vyhledávání. **Informace pro roboty** nejsou také vyplněny, tento faktor udává, jaké omezení mají roboti, kteří indexují stránky. Tímto lze říct vyhledávačům, jestli mají stránky indexovat a následovat odkazy. Vyplnění **autora** stránek ve zdrojovém kódu není pro vyhledávače podstatné, představuje pouze větší věrohodnost pro vyhledávač. Soubor **robots.txt** také není obsažen na těchto stránkách. v případě, že je tento soubor v kořenovém adresáři domény, obsahuje některý z příkazů pro roboty. Robot při návštěvě stránky první zkontroluje, zda má povolen nebo nějak omezen svůj pohyb. Když tento soubor není v adresáři domény umístěn, má robot volný přístup. **Sitemapa** se v kořenovém adresáři těchto webových stránkách nenachází, díky ní můžeme roboty pozvat na své stránky, kde lze roboty upozornit například na aktualizaci stránky. Tento soubor pomáhá robotům lépe se orientovat na webu. Vygenerování sitemapy lze provést několika způsoby, jedním z nich je online generátor sitemap, který vygeneruje soubor sitemat.xml, který se následně vloží do kořenového adresáře webové stránky. **Zdrojový kód** má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují. Stránky neobsahují žádné obrázky. Nadpisy všech úrovní jsou zvýrazněny tučně a barevně odlišeny pro lepší přehlednost textu. Odkazy na stránce jsou podtrženy a také barevně odlišeny a to stejnou barvou jako nadpisy. Další faktory jsou rozdílné pro každou stránku, tudíž budou následně popsány tyto stránky jednotlivě.

5.5.1 Úvod

Obrázek 5.18 Analýza zdrojového kódu
Úvod Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách není dostatečné, obsahuje 169 slov. Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu, což je pro návštěvníka přehledné. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů. Pagerank a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazují dvě kvalitní webové stránky. Pozice na vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 8/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.2 Představení společnosti

Obrázek 5.19 Síla webu
Představení společnosti
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu, což je pro návštěvníka přehledné. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje dva nadpisy první úrovně. Pagerank a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 17 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.3 Cíle společnosti

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce je použito pouze

Obrázek 5.20 Analýza zdrojového kódu Cíle společnosti
Zdroj: seo-servis.cz



do odstavců a nadpisů, tato stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně a 12 nadpisů úrovně druhé. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 17 zpětných odkazů Na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.4 Produkty

Obrázek 5.21 Síla webu Produkty
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu, což je pro návštěvníka přehledné. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů. Pagerank je 1/10 a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka v případě Googlu a dvě kvalitní webové stránky v případě Seznamu. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 17 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.5 Potrubí bezešvé

Tato stránka obsahuje 4 html chyby, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný

Obrázek 5.22 Analýza zdrojového kódu Potrubí bežešvé
Zdroj: seo-servis.cz



do odstavců a nadpisů, je zde použit jeden nadpis první úrovně a tři nadpisy úrovně druhé. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 5/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam.

Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.6 Potrubí svařované černé

Obrázek 5.23 Síla webu Potrubí svařované černé
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje čtyři nadpisy první úrovně a sedm nadpisů druhé úrovně. Na stránce je použito příliš mnoho nadpisů první úrovně, jelikož by měl být nadpis první úrovně použit pouze jednou a korespondovat s titulkem stránky. Pagerank a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 6/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 10 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam.

Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.7 Potrubí svařované pozink

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný

Obrázek 5.24 Analýza zdrojového kódu Potrubí svařované pozink
Zdroj: seo-servis.cz



do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje dva nadpisy první úrovně a dva nadpisy druhé úrovně. Pagerank a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 5/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 11 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.8 Potrubí izolované

Obrázek 5.25 Síla webu Potrubí izolované
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně a dva nadpisy druhé úrovně. Pagerank a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice

a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.9 Potrubí plastové

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce je použito správné sémantické zvýrazňování textu. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně a pět nadpisů druhé úrovně. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google

Obrázek 5.26 Analýza zdrojového kódu Potrubí plastové
Zdroj: seo-servis.cz



po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.10 Příslušenství

Obrázek 5.27 Síla webu Příslušenství
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 2 html chyby, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně a devět nadpisů druhé úrovně. Pagerank 1/10 a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka.

Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.11 Přírubové trubky

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank je 1/10 a S-rank je 0/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka v případě

Obrázek 5.28 Analýza zdrojového kódu Přírubové trubky
Zdroj: seo-servis.cz



5.5.12 Služby

Obrázek 5.29 Síla webu Služby
Zdroj: seo-servis.cz



Googlu. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 8/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 5/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách není dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních

čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 0/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 9 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.13 Reference

Tato stránka obsahuje 3 html chyby, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách je dostatečné. Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 1/10, což může znamenat, že na stránku odkazuje jedna kvalitní webová stránka. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10

Obrázek 5.30 Analýza zdrojového kódu Reference
Zdroj: seo-servis.cz



a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 0/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 17 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.14 Aktuality

Obrázek 5.31 Analýza zdrojového kódu Aktuality
Zdroj: seo-servis.cz



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách není dostatečné. Na stránce je použito správné sémantické zvýrazňování textu. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazují dvě kvalitní webové stránky. Pozice

a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 3/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 1/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 17 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.15 Kontakty

Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách není dostatečné. Na stránce je použito správné sémantické zvýrazňování textu. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank této testované stránky nebyl dosud přidělen, což znamená, že je 0/10 a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazují dvě kvalitní webové stránky. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10,

**Obrázek 5.32 Síla webu
Kontakty
Zdroj: seo-servis.cz**



což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 0/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů a stránka 10 zpětných odkazů na testovanou stránku. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

5.5.16 Ceníky

**Obrázek 5.33 Síla webu
Ceníky
Zdroj: seo-servis.cz**



Tato stránka obsahuje 1 html chybu, což není dobře, jelikož by měla být webová stránka validní a bez chyb, protože se v opačném případě nemusí správně nebo vůbec zobrazovat uživateli. Množství textu na stránkách není dostatečné. Na stránce je použito správné sémantické zvýrazňování textu. Text je kvalitně strukturovaný do odstavců a nadpisů, stránka obsahuje jeden nadpis první úrovně. Pagerank a S-rank je 2/10, což může znamenat, že na stránku odkazují dvě kvalitní webové stránky. Pozice a vyhledávači Seznam a Google po zadání prvních čtyřech slov titulku byla velice rozdílná, na Seznamu to bylo 0/10 a na Googlu 10/10, což je velmi dobré. Popularita URL adresy je 8/10. Na doménu vede 26 zpětných odkazů. Na nejdůležitějším katalogu dmoz.org či encyklopedii Wikipedia.org nemá stránka žádný záznam. Na vyhledávači Google je zaidexovaných 31 stránek této domény.

6 Návrhy a doporučení

Po konzultaci s vedením firmy byl stanoven cíl marketingové kampaně na internetu a také cílová skupina. Cílem kampaně je zvýšení prodeje a zejména v měsících s nižší prodejností. Jelikož firma obchoduje s širokým sortimentem zboží, jsou cílové skupiny rozděleny na základě produktů, které firma prodává. Primárně jsou tyto cílové skupiny rozděleny na potrubí a příslušenství plastové, potrubí a příslušenství ocelové, potrubí izolované a služby, které firma nabízí.

Na základě analýzy zakázek bylo zjištěno, že zákazníci, se kterými udržuje firma osobní kontakt, nakupují u firmy více a vytvářejí tudíž více zakázek než návštěvníci získaní díky internetové komunikaci. Firma by tedy měla začít vytvářet **osobní vztahy** i s firmami, které získala díky internetové komunikaci, protože je zde potenciál vyššího prodeje.

Jelikož bylo z analýzy zjištěno, že v průběhu měsíců listopad a prosinec byla nejmenší návštěvnost stránek, je vhodné začít využívat nástroje pro její zvýšení v tomto období pomocí cílených **e-mailů**. Tyto e-maily by obsahovaly speciální nabídku pro zákazníky s vysokým odběrem nebo umožnily vyhledat potenciální klienty, kterým by byla zaslána speciální nabídka zaměřená na jejich výrobu. Dále by bylo vhodné pravidelné zasílání e-mailů s aktuální skladovou nabídkou stálým zákazníkům, pro které by měla firma speciální cenové nabídky nebo jiná zvýhodnění. Posílání jakýchkoli e-mailů by mělo probíhat od 10:00 do 16:00 hodin, jelikož z analýz vyplynulo, že v této době jsou stránky nejvíce navštěvovány.

Dále z analýzy provedené prostřednictvím Google Analytics vyplývá, že návštěvnost stránek je z celého světa. Jelikož cizojazyčné odkazy na webových stránkách odkazují na webové stránky mateřské firmy, dá se předpokládat, že návštěvník mluvící jinou řečí nakoupí zboží u mateřské firmy. Proto by firma měla své stránky přizpůsobit a nabídnout návštěvníkům možnost alespoň **anglického jazyka**.

Jelikož nejvíce návštěvníků používá **prohlížeč** Internet Explorer a dále Firefox, je vhodné, aby firma zkontrolovala kompatibilitu webových stránek s těmito prohlížeči a v případě výskytu chyb, tyto chyby odstranila.

Z výsledků Google Analytics, také vyplývá, že se návštěvníci na webové stránky dostávají i z **mobilních telefonů**. Je tedy důležité stránky uzpůsobit těmto zařízením, aby jejich načítání netrvalo dlouho a obsah byl dobře čitelný a přehledný.

Z **katalogu** vyhledávače Seznam.cz, který se nazývá firmy.cz, kde je firma registrovaná bylo učiněno nejvíce návštěv. Firma by se proto měla více zabývat aktualizací svého profilu, měla by dále využít možnosti vkládání aktualit, cenových nabídek nebo fotografií, jelikož by to mohlo mít velmi dobrý vliv na uživatele.

Firma využívá **PPC reklamu** vyhledávače Seznam.cz Sklik, jelikož je v dnešní době více využívaný vyhledávač Google.com, měla by firma zvážit využití PPC reklamy od tohoto vyhledávače a to Adwords, jelikož by mohl mít větší přínos návštěvníků stránek a tudíž i zákazníků. Ze statistiky PPC kampaně vyplývá, že průměrná cena za proklik je 4,4 Kč, proto by firma měla snížit svůj denní limit z 10 Kč za proklik na 5 Kč za proklik, jelikož drahé prokliky byly uskutečněny z webových stránek, které měli zcela jinou tematiku, než je hutní materiál a byly tedy pro firmu bezvýznamné. Z analýzy Google Analytics bylo zřejmé, že webové stránky firmy byly navštíveny díky zadání některých klíčových slov, tato slova jsou také součástí PPC kampaně, bohužel součástí PPC kampaně není název firmy. Návštěvníci zadávali do vyhledávače často název firmy a to v několika podobách – „gtg“, „gtg cz“ a „general trading gate“, proto by měla firma tato klíčová slova využít i ve své PPC kampani. Díky flexibilitě PPC reklamy je vhodné, aby byly inzeráty zobrazovány prioritně od 10:00 do 16:00 hodin, jelikož v této době jsou webové stránky nejvíce navštěvovány.

Firma by dále měla začít psát **odborné články**, které by publikovala na svých webových stránkách, na odborných stránkách, které souvisí s tematikou hutního materiálu, stavebnictví nebo vedení kanalizačního, vodovodního nebo plynového potrubí. Firma by tak získala nové zákazníky, lepší reference a případně lepší hodnocení vyhledávači.

Vzhled webových stránek by bylo vhodné upravit, protože nadpisy na webové stránce mají stejnou barvu jako proklikávací odkazy, firma by zvolit jinou barvu proklikávacích odkazů, jelikož tato skutečnost může návštěvníky mást. Toto potvrzuje také analýza heat map, kde bylo zřejmé, že návštěvníci klikali na nadpisy. Dále je vhodné aktualizovat webové stránky. Firma pravidelně každý měsíc aktualizuje svůj ceník, ale díky relativně vysoké návštěvnosti stránky „Reference“, jejíž text je aktualizován na rok 2011, by firma měla přidat reference i ze začátku roku 2012. Dále by se firma měla věnovat stránce „Aktuality“, kde není žádný obsah.

Ze **SEO** analýzy a analýzy **síly webu** vyplynuly velké nedostatky webových stránek, kterým by se firma měla věnovat. Ve zdrojovém kódu stránek by měli být doplněny následující prvky: klíčová slova, popis stránek, info pro roboty, robots.txt, autor a sitemap.

Klíčová slova jsou podstatným faktorem pro umístění webové stránky u některých vyhledávačů. Klíčová slova, která by měla být vyplněna: general trading gate cz, gtg cz, potrubí bezešvé, potrubí svařované černé, potrubí svařované pozink, potrubí izolované, potrubí plastové, příslušenství, příruby, trubkové oblouky, trubkové ohyby, trubková dna, trubkové přechody, T – kusy, fitinky, přírubové trubky, drážkování trubek, dělení trubek, závitování trubek a zinkování potrubí. **Popis stránek**, který je využíván u některých vyhledávačů u výsledků vyhledávání, by měl vystihovat nabídku firmy, a co může uživatel od návštěvy webových stránek očekávat. Návrh popisu stránek: General Trading Gate CZ, obchod s hutním materiálem, ocelové a plastové potrubí. Mělo by být přidáno **info pro roboty** a textový soubor **robots.txt**, který by umožňoval robotům zjistit, které stránky mají indexovat, nebo v případě rekonstrukce webových stránek by robotům přístup zakázal nebo ho omezil. V tomto případě by zde mělo být *index, follow*, což znamená, že robot může webovou stránku indexovat a následovat odkazy uvedené na této stránce. Pro větší věrohodnost webových stránek by měl být vyplněn jejich **autor** a v tomto případě by byl autor General Trading Gate CZ, s.r.o., který je tvůrcem veškerého textu na stránkách. Dalším prvkem je **sitemapa**, která by měla na těchto stránkách být a pozvat na ni roboty, jelikož některé stránky dosud nejsou indexovány. Sitemapu si může firma bezplatně nechat vygenerovat například na webové stránce <http://www.xml-sitemaps.com/>. Dále je vhodné, aby firma zanalyzovala a odstranila **html chyby** na všech stránkách, jelikož se nemusí správně nebo v horším případě vůbec zobrazovat návštěvníkům. Dále by měla firma zvážit **přidání textu** na stránky, kde jeho množství není dostatečné, těmito stránkami je „Úvod“, „Služby“, „Aktuality“, „Kontakty“ a „Ceníky“. Dále na stránkách, kde dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním, by firma měla **odstranit fyzické formátování**, stránky. Stránky, na kterých by se toto míchání mělo odstranit: „Potrubí bezešvé“, „Potrubí svařované černé“, „Potrubí svařované pozink“, „Potrubí izolované“, „Příslušenství“, „Přírubové trubky“, „Služby“ a „Reference“. Stránka „Potrubí svařované černé“ obsahuje příliš mnoho **nadpisů první** úrovně, proto by firma měla zvážit jejich význam na této stránce, jelikož nadpis první úrovně by měl být jeden a korespondovat s titulkem stránky. Firma by měla dále registrovat své webové stránky na jednom z nejdůležitějších katalogů, kterým je **dmoz.org**.

7 Závěr

Cílem práce bylo zanalyzovat současnou situaci marketingové komunikace dané firmy na internetu. Díky této analýze byla navržena určitá doporučení, která by mohla vést ke zvýšení efektivity marketingové komunikace na internetu, získání nových zákazníků a zakázek. Výsledky analýzy byly průběžně konzultovány s vedením firmy a cíle práce byly v souladu s cíli firmy. Mezi tato doporučení patří především vylepšení vzhledu webových stránek, zlepšení optimalizace prostřednictvím kvalitního SEO, zefektivnění PPC kampaně, zapsání do více internetových katalogů nebo používání e-mailu pro lepší komunikaci se zákazníky.

Díky této analýze bylo zjištěno, že internetová komunikace firmy přináší efekt, ale obsahuje určité nedostatky, které by bylo vhodné odstranit. V době, kdy pobíhaly analýzy, byla ve spolupráci s firmou vytvořena PPC kampaň, která byla také dále analyzovaná. Při tvoření PPC kampaně byly zohledněny výsledky již probíhajících analýz. Efektivnost a důležitost internetové komunikace stále stoupá, což potvrdily předchozí analýzy. Je však nutné kombinovat internetovou neboli online komunikaci s klasickou marketingovou komunikací, která představuje komunikaci prostřednictvím inzerce v časopisech, účasti na veletrzích nebo reklama na billboardech. Z analýz také vyplynulo, že v prostředí B2B trhu je velmi důležité budovat si osobní vztahy se zákazníky a obchodními partnery, kterým se obchodníci věnují, navštěvují je, udržují s nimi osobní kontakt nebo je obdarovávají reklamními předměty.

Díky analýze PPC kampaně může firma zefektivnit tuto formu komunikace a snížit náklady na ni vynakládané. Výsledky analýz již byly vedení firmy prezentovány a v současné době jsou doporučení postupně zaváděna do praxe.

Použitá literatura:

Monografické publikace

- [1] DOMES, Martin. *SEO jednoduše*. Brno: Computer Press 2011. 144 s. ISBN 978-80-251-3456-6.
- [2] GRAPPONE, Jennifer a Gradiva COUZIN. *SEO-Search Engine Optimization*. Přel. R. Skřivánek, D. Balaščíková. Brno: Zoner Press 2007. 328 s. ISBN 978-80-86815-85-5.
- [3] CHAFFEY, Dave et al. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 4.vyd. Harlow: Pearson Education Limited, 2009. 736 s. ISBN-13: 978-0-273-71740-9.
- [4] JANOUC, Viktor. *Internetový marketing. Prosad'te na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.
- [5] KOTLER, Philip. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [6] KOZEL, Roman et al. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd., Praha: Grada Publishing, a.s., 2011, 304 s., ISBN 978-80-247-3527-6
- [7] KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO: Jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Brno: Computer Press, 320 s. 2008. ISBN: 978-80-251-2195-5.
- [8] PELSMACKER, P. de, M. GEUENS a J. Van den BERGH. *Marketingová komunikace*. Přel. V. Šafaříková. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 581s. ISBN 80-247-0254-1.
- [9] PHILLIPS, David. *Online Public Relations*. Přel. Ing. T. Juppa. Praha: Grada Publishing, 2003. 216 s. ISBN 80-247-0368-8.
- [10] TONKIN, S., C. WHITMORE a J. CUTRONI, *Výkonnostní marketing s Google Analytics*. Přel. P. Vaida. 1. vyd. Praha: Computer Press 2011. 456 s. ISBN 978-80-251-3339-2.

Elektronické zdroje

- [11] POSKYTOVATEL GOOGLE ANALYTICS: Definice metrik [online]. © 2012 Google [cit. 2012-04-18]. Dostupné z:
<http://support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=cs&answer=1033060>

[12] POSKYTOVATEL HEAT MAP MYX: mYxér a jeho funkce [online]. © 2012 SiteOne, s.r.o. [cit. 2012-04-14]. Dostupné z: <http://www.myx.cz/funkce>

[13] POSKYTOVATEL PPC KAMPANĚ SKLIK: Slovník pojmů [online]. © 1996 - 2012 Seznam.cz, a.s. [cit. 2012-04-17]. Dostupné z: <http://napoveda.sklik.cz/cz/slovník-pojmu/>

Periodika

[14] ČIKAROVÁ, Klára. Mobil je obchod budoucnosti. *REGAL* [online]. 2012, č. 2 [cit. 2012-04-20]. ISSN 1801-4453. Dostupné z: <http://eregal.ihned.cz/c1-54698690-mobil-je-obchod-budoucnosti>

[15] MERA VÁ, Tereza. Mobilní aplikace jako marketingový kanál. *TREND Marketing* [online]. 2012, č. 3 [cit. 2012-04-20]. ISSN 1214-9594. Dostupné z: <http://trendmarketing.ihned.cz/c1-55152010-mobilni-aplikace-jako-marketingovy-kanal>

[16] ROJEK, Miroslav. Sledujeme e-mail. *Direkt*. 2010, č. 7, p. 38. ISSN 1802–2227.

Ostatní prameny

[17] Interní zdroje firmy General Trading Gate CZ, s.r.o.

Seznam zkratek

atd. – a tak dále

B2B – Business to Business

B2C – Business to Customer

CPC – cost-per-click

CPM – cost-per-mille

CRM – Customer Relationship Management

CTR – Click Through Rate

č. – číslo

GTG – GENERAL TRADING GATE, s.r.o.

GTG CZ – GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o.

mat. spol. – mateřská společnost

MDA – Most Desired Action

např. – například

PPA – pay-per-action

PPC – pay-per-click

SEM – Search Engine Marketing

SEO – Search Engine Optimization

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11. května 2012

.....*Michaela Lukovská*.....

Michaela Lukovská

Seznam obrázků

Obrázek 2.1 přechod Zdroj: [17]	10
Obrázek 2.2 dno. Zdroj: [17]	10
Obrázek 2.3 T-kus Zdroj: [17]	10
Obrázek 2.4 trubkový oblouk Zdroj: [17]	10
Obrázek 2.5 příruba. Zdroj: [17]	10
Obrázek 2.6 inzerce Zdroj: [17]	11
Obrázek 5.1 mapa návštěvnosti Zdroj: Google Analytics	38
Obrázek 5.2 Heat mapa Úvod Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	40
Obrázek 5.3 Heat mapa Představení společnosti Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	40
Obrázek 5.4 Heat mapa Cíle společnosti Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	41
Obrázek 5.5 Heat mapa Produkty Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	41
Obrázek 5.6 Heat mapa Potrubí bezešvé Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	41
Obrázek 5.7 Heat mapa Potrubí svařované Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	42
Obrázek 5.8 Heat mapa Potrubí svařované pozink Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	42
Obrázek 5.9 Heat mapa Potrubí izolované Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	43
Obrázek 5.10 Heat mapa Potrubí plastové Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	43
Obrázek 5.11 Heat mapa Příslušenství Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	43
Obrázek 5.12 Heat mapa Přírubové trubky Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	43
Obrázek 5.13 Heat mapa Služby Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	44
Obrázek 5.14 Heat mapa Reference Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	44
Obrázek 5.15 Heat mapa Ceníky Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz	45
Obrázek 5.16 PPC inzerát Zdroj: www.sklik.cz	45
Obrázek 5.17 PPC inzerát Zdroj: www.sklik.cz	45
Obrázek 5.18 Analýza zdrojového kódu Úvod Zdroj: seo-servis.cz	47
Obrázek 5.19 Síla webu Představení společnosti Zdroj: seo-servis.cz	47
Obrázek 5.20 Analýza zdrojového kódu Cíle společnosti Zdroj: seo-servis.cz	48
Obrázek 5.21 Síla webu Produkty Zdroj: seo-servis.cz	48
Obrázek 5.22 Analýza zdrojového kódu Potrubí bezešvé Zdroj: seo-servis.cz	49
Obrázek 5.23 Síla webu Potrubí svařované černé Zdroj: seo-servis.cz	49
Obrázek 5.24 Analýza zdrojového kódu Potrubí svařované pozink Zdroj: seo-servis.cz	50
Obrázek 5.25 Síla webu Potrubí izolované Zdroj: seo-servis.cz	50

Obrázek 5.26 Analýza zdrojového kódu Potrubí plastové Zdroj: seo-servis.cz	51
Obrázek 5.27 Síla webu Příslušenství Zdroj: seo-servis.cz.....	51
Obrázek 5.28 Analýza zdrojového kódu Přírubové trubky Zdroj: seo-servis.cz	52
Obrázek 5.29 Síla webu Služby Zdroj: seo-servis.cz.....	52
Obrázek 5.30 Analýza zdrojového kódu Reference Zdroj: seo-servis.cz.....	53
Obrázek 5.31 Analýza zdrojového kódu Aktuality Zdroj: seo-servis.cz.....	53
Obrázek 5.32 Síla webu Kontakty Zdroj: seo-servis.cz	54
Obrázek 5.33 Síla webu Ceníky Zdroj: seo-servis.cz	54

Seznam grafů

Graf 2.1: poziční mapa – slabé a silné stránky Zdroj: vlastní tvorba.....	14
Graf 2.2: poziční mapa - příležitosti Zdroj: vlastní tvorba.....	15
Graf 2.3 poziční mapa - hrozby Zdroj: vlastní tvorba.....	16
Graf 5.1 návštěvnost webových stránek Zdroj: Google Analytics	37
Graf 5.2 prohlížeče návštěvníků Zdroj: Google Analytics.....	38
Graf 5.3 zdroje návštěvnosti Zdroj: Google Analytics	39

Seznam tabulek

Tabulka 2.1 Faktory SWOT analýzy Zdroj: vlastní tvorba.....	13
Tabulka 2.2 Silné a slabé stránky Zdroj: vlastní tvorba	14
Tabulka 2.3 Příležitosti Zdroj: vlastní tvorba.....	15
Tabulka 2.4 Hrozby Zdroj: vlastní tvorba	16
Tabulka 5.1: analýza zakázek Zdroj: [17].....	36

Seznam příloh

Příloha č. 1: Výstupy z Google Analytics

Příloha č. 2: Heat mapy

Příloha č. 3: Statistika PPC kampaně

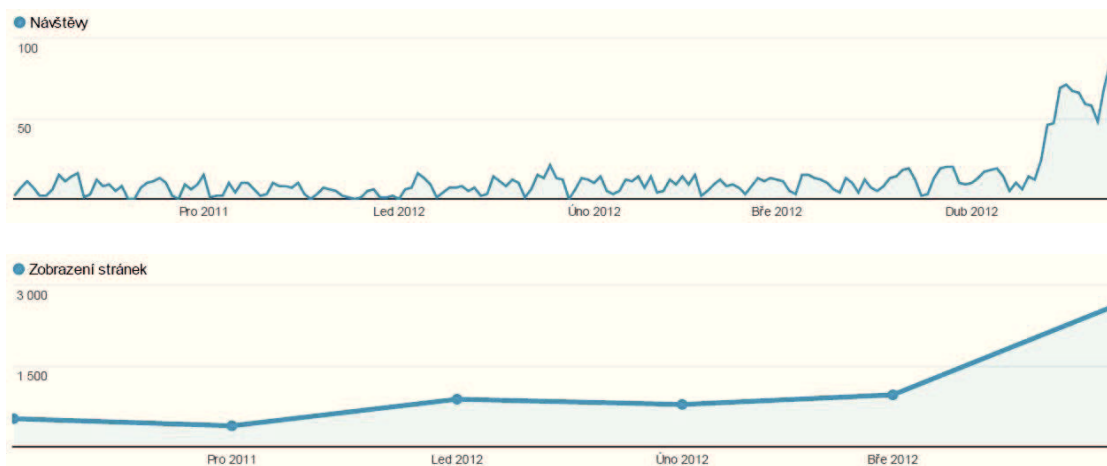
Příloha č. 4: SEO analýza a síla webu

Přílohy

Příloha č. 1: Výstupy z Google Analytics

Zdroj: Google Analytics

Návštěvnost



Počet návštěvníků tohoto webu: 1 856



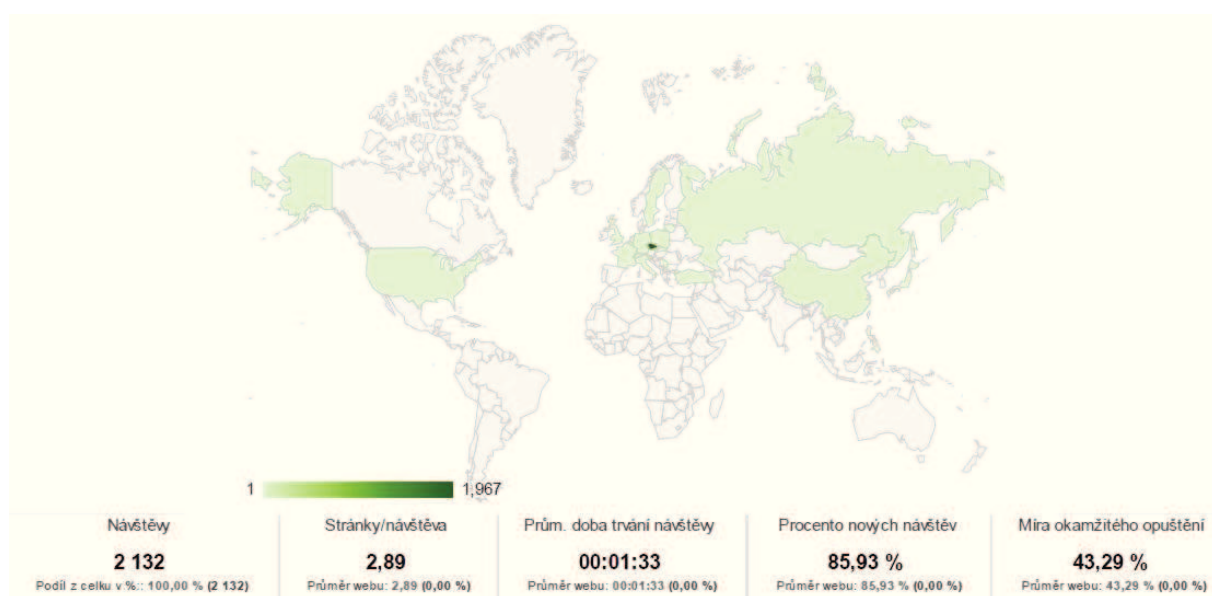
Průměrná doba trvání návštěvy



Nový vs. vracející se návštěvníci



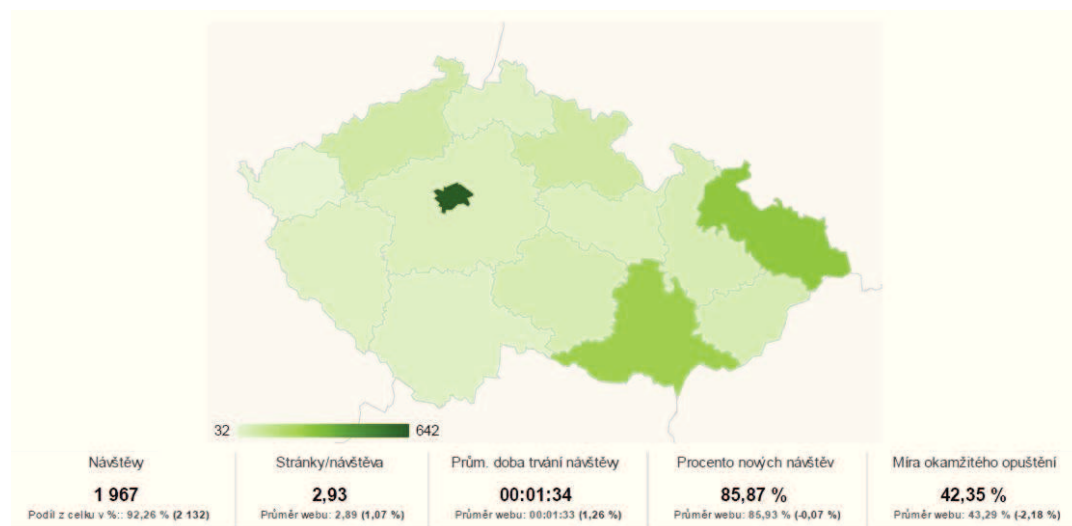
Návštěvnost - svět



Návštěvnost – svět tabulka

Země/teritorium	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. Czech Republic	1 967		2,93	00:01:34	85,87 %	42,35 %
2. Slovakia	70		3,01	00:01:51	92,86 %	45,71 %
3. Germany	20		2,40	00:01:25	95,00 %	60,00 %
4. China	11		1,36	00:00:36	54,55 %	63,64 %
5. Poland	10		1,70	00:00:10	80,00 %	70,00 %
6. (not set)	9		2,44	00:00:14	100,00 %	55,56 %
7. Serbia	7		2,00	00:03:01	42,86 %	42,86 %
8. Austria	5		1,40	00:00:21	100,00 %	80,00 %
9. United Kingdom	5		3,40	00:00:49	100,00 %	40,00 %
10. Italy	5		3,00	00:01:00	40,00 %	80,00 %
11. Switzerland	3		1,33	00:00:30	100,00 %	66,67 %
12. Lithuania	3		5,00	00:02:12	33,33 %	0,00 %
13. Philippines	3		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
14. Russia	3		2,33	00:00:44	100,00 %	66,67 %
15. France	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
16. Netherlands	2		1,50	00:00:27	100,00 %	50,00 %
17. United States	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
18. Belgium	1		5,00	00:04:57	100,00 %	0,00 %
19. Japan	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
20. Macedonia [FYROM]	1		6,00	00:01:17	100,00 %	0,00 %
21. Sweden	1		2,00	00:00:08	100,00 %	0,00 %
22. Turkey	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

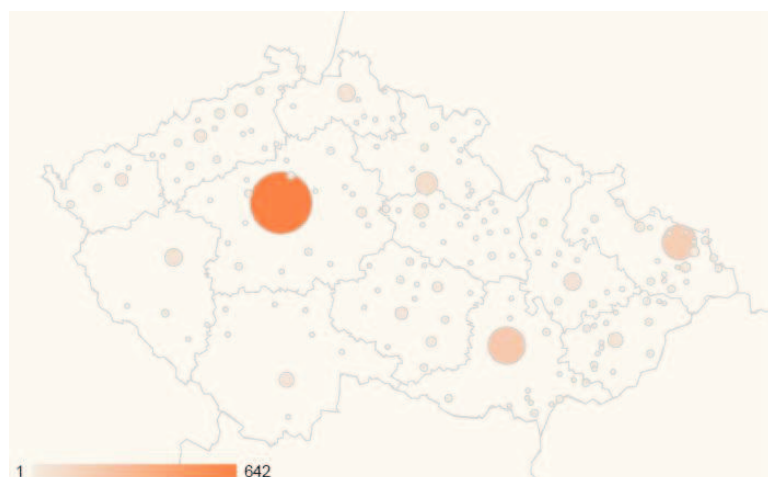
Návštěvnost – ČR kraje



Návštěvnost – ČR kraje tabulka

Oblast	Návštěvy	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. Prague	642	3,33	00:02:08	83,80 %	35,67 %
2. Moravian-Silesia	290	2,74	00:01:30	89,31 %	43,45 %
3. South Moravia	259	2,98	00:01:49	83,01 %	44,79 %
4. Hradec Kralove	108	2,09	00:00:50	64,81 %	64,81 %
5. Usti nad Labem	103	2,75	00:00:41	89,32 %	43,69 %
6. Zlinsky	83	2,99	00:01:01	89,16 %	36,14 %
7. Vysocina	80	2,41	00:01:08	86,25 %	48,75 %
8. Olomouc	79	2,92	00:01:34	91,14 %	36,71 %
9. Central Bohemia	64	2,62	00:00:50	92,19 %	43,75 %
10. Pardubice	64	3,12	00:01:13	90,62 %	45,31 %
11. Liberec	58	2,69	00:01:15	93,10 %	44,83 %
12. Pilsen	54	2,37	00:01:02	92,59 %	51,85 %
13. South Bohemia	51	2,57	00:00:45	96,08 %	52,94 %
14. Karlovy Vary	32	2,78	00:01:51	93,75 %	34,38 %

Návštěvnost – ČR města



Návštěvnost – ČR města tabulka č.1

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. Prague	642		3,33	00:02:08	83,80 %	35,67 %
2. Brno	215		3,10	00:02:00	80,93 %	44,19 %
3. Ostrava	185		2,78	00:01:25	87,03 %	43,24 %
4. Hradec Králové	80		1,91	00:00:26	55,00 %	70,00 %
5. Liberec	46		2,76	00:01:24	91,30 %	41,30 %
6. Olomouc	46		3,33	00:01:23	86,96 %	30,43 %
7. Pilsen	45		2,27	00:00:51	93,33 %	55,56 %
8. Zlín	38		2,92	00:00:54	86,84 %	34,21 %
9. Budweis	35		2,57	00:00:39	97,14 %	60,00 %
10. Pardubice	32		3,41	00:01:44	93,75 %	40,62 %
11. Jihlava	25		1,72	00:00:18	84,00 %	60,00 %
12. Ústí nad Labem	23		2,61	00:00:46	91,30 %	34,78 %
13. Most	21		2,86	00:01:08	76,19 %	47,62 %
14. Carlsbad	21		3,10	00:02:33	90,48 %	28,57 %
15. Třebíč	16		1,88	00:00:12	93,75 %	43,75 %
16. Frydek-Místek	16		2,00	00:01:34	87,50 %	56,25 %
17. Opava	16		3,25	00:01:57	100,00 %	37,50 %
18. Teplice	15		3,33	00:00:37	100,00 %	33,33 %
19. Havířov	15		1,87	00:00:23	93,33 %	60,00 %
20. Kolin	12		3,42	00:01:56	83,33 %	41,67 %
21. Zdar nad Sázavou	10		3,90	00:04:19	70,00 %	30,00 %
22. Šumperk	9		2,22	00:03:17	100,00 %	44,44 %
23. Karvina	9		1,67	00:00:17	66,67 %	55,56 %
24. Benátky	9		1,89	00:00:19	88,89 %	44,44 %
25. Prostějov	8		2,75	00:00:35	100,00 %	25,00 %
26. Decín	8		2,62	00:00:29	100,00 %	37,50 %
27. Uherské Hradiště	7		6,14	00:02:46	57,14 %	28,57 %
28. Znojmo	7		2,43	00:00:37	100,00 %	42,86 %
29. Valašské Meziříčí	7		2,29	00:01:42	100,00 %	28,57 %
30. Mladá Boleslav	7		2,57	00:00:25	100,00 %	42,86 %

Návštěvnost – ČR města tabulka č.2

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
31. Trutnov	7		2,14	00:00:17	100,00 %	57,14 %
32. Louny	6		2,00	00:00:12	100,00 %	66,67 %
33. Kmov	6		3,00	00:01:46	100,00 %	16,67 %
34. Příbram	6		2,83	00:00:48	100,00 %	33,33 %
35. Chotěbor	6		3,00	00:00:50	100,00 %	16,67 %
36. Veselí nad Moravou	6		2,17	00:00:34	100,00 %	50,00 %
37. Hodonín	5		2,00	00:00:28	80,00 %	40,00 %
38. Moravské Budejovice	5		2,20	00:02:16	60,00 %	80,00 %
39. Vyskov	5		2,00	00:00:16	100,00 %	40,00 %
40. Vamsdorf	5		3,80	00:00:31	80,00 %	20,00 %
41. Přerov	5		2,80	00:00:58	80,00 %	40,00 %
42. Trinec	5		1,60	00:00:42	100,00 %	60,00 %
43. Kladno	5		3,80	00:00:40	100,00 %	20,00 %
44. Svitavy	5		4,00	00:01:01	80,00 %	40,00 %
45. Sokolov	5		2,00	00:00:33	100,00 %	60,00 %
46. Bruntál	5		3,20	00:02:11	80,00 %	40,00 %
47. Frenštát	5		2,40	00:00:20	100,00 %	60,00 %
48. Neratovice	5		1,60	00:01:02	60,00 %	60,00 %
49. Selmice	5		2,60	00:00:17	60,00 %	60,00 %
50. Valašské Klobouky	5		3,40	00:00:36	100,00 %	40,00 %
51. Breclav	4		1,75	00:00:07	100,00 %	50,00 %
52. Kromeriz	4		1,75	00:00:15	100,00 %	50,00 %
53. Velké Meziříčí	4		3,75	00:01:16	100,00 %	25,00 %
54. Chomutov	4		1,25	00:00:03	100,00 %	75,00 %
55. Zatec	4		2,00	00:00:48	50,00 %	75,00 %
56. Český Tesín	4		4,25	00:07:20	100,00 %	25,00 %
57. Nový Jičín	4		4,00	00:01:49	100,00 %	0,00 %
58. Vsetín	4		3,25	00:01:14	75,00 %	50,00 %
59. Dvůr Králové nad Labem	4		1,50	00:00:06	100,00 %	75,00 %
60. Havlíčkův Brod	4		2,00	00:00:10	100,00 %	50,00 %

Návštěvnost – ČR města tabulka č. 3

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
61. Cheb	4		2,25	00:00:39	100,00 %	50,00 %
62. Klatovy	4		2,25	00:00:20	100,00 %	50,00 %
63. Jindřichuv Hradec	3		3,00	00:00:24	100,00 %	0,00 %
64. Milevsko	3		2,00	00:01:00	66,67 %	33,33 %
65. Strakonice	3		3,67	00:03:24	100,00 %	33,33 %
66. Tabor	3		3,00	00:00:15	100,00 %	33,33 %
67. Kyjov	3		1,33	00:00:02	100,00 %	66,67 %
68. Otrokovice	3		1,67	00:00:13	100,00 %	33,33 %
69. Uherský Brod	3		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
70. Česká Lipa	3		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
71. Roudnice nad Labem	3		1,67	00:00:06	100,00 %	66,67 %
72. Koprivnice	3		7,67	00:11:49	100,00 %	0,00 %
73. Orlova	3		3,67	00:01:03	100,00 %	66,67 %
74. Kutná Hora	3		3,67	00:01:05	100,00 %	33,33 %
75. Melník	3		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
76. Rakovník	3		3,33	00:00:46	100,00 %	33,33 %
77. Ústí nad Orlicí	3		1,67	00:00:05	66,67 %	66,67 %
78. Bzenec	3		3,00	00:08:12	66,67 %	33,33 %
79. Bílina	3		2,00	00:00:21	100,00 %	33,33 %
80. Holice	3		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
81. Kadan	3		1,67	00:00:05	100,00 %	66,67 %
82. Ledec nad Sázavou	3		1,00	00:00:00	66,67 %	100,00 %
83. Lipník nad Bečvou	3		1,67	00:00:14	100,00 %	66,67 %
84. Zubří	3		4,00	00:01:43	100,00 %	0,00 %
85. Červený Kostelec	3		2,67	00:04:47	100,00 %	33,33 %
86. Blansko	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
87. Bystřice pod Hostynem	2		2,00	00:00:21	100,00 %	50,00 %
88. Jablonec nad Nisou	2		3,50	00:01:36	100,00 %	50,00 %
89. Brdčička	2		2,50	00:00:15	100,00 %	0,00 %
90. Nový Bohumin	2		1,50	00:00:10	100,00 %	50,00 %

Návštěvnost – ČR města tabulka č. 4

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
91. Chrudim		2	2,50	00:00:35	100,00 %	0,00 %
92. Jicin		2	2,50	00:01:46	100,00 %	50,00 %
93. Lanskroun		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
94. Nachod		2	6,00	00:09:59	100,00 %	0,00 %
95. Policka		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
96. Semily		2	2,00	00:00:12	100,00 %	50,00 %
97. Vrchlabí		2	1,00	00:00:00	50,00 %	100,00 %
98. Zamberk		2	5,00	00:01:06	100,00 %	50,00 %
99. Horazdovice		2	3,00	00:06:34	50,00 %	0,00 %
100. Boskovice		2	4,00	00:00:27	100,00 %	0,00 %
101. Frydlant nad Ohřiví		2	3,00	00:00:50	100,00 %	0,00 %
102. Hlucin		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
103. Kaplice		2	2,00	00:00:13	100,00 %	50,00 %
104. Klasterec nad Ohří		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
105. Koberovy		2	5,00	00:01:47	100,00 %	0,00 %
106. Kravare		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
107. Mikulčice		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
108. Nova Paka		2	2,00	00:03:20	50,00 %	50,00 %
109. Podebrady		2	5,00	00:02:35	100,00 %	0,00 %
110. Pohorelice		2	4,00	00:00:35	100,00 %	0,00 %
111. Rakvice		2	6,00	00:01:37	50,00 %	50,00 %
112. Slany		2	1,50	00:00:03	100,00 %	50,00 %
113. Studenka		2	4,00	00:00:35	100,00 %	0,00 %
114. Susice		2	3,00	00:00:18	100,00 %	50,00 %
115. Vlasim		2	1,50	00:00:06	100,00 %	50,00 %
116. Zabreh		2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
117. Pelhřimov		1	5,00	00:05:01	100,00 %	0,00 %
118. Holesov		1	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
119. Kunovice		1	2,00	00:01:41	100,00 %	0,00 %
120. Mikulov		1	3,00	00:00:10	100,00 %	0,00 %

Návštěvnost – ČR města tabulka č. 5

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
121. Polná	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
122. Česká Kamenice	1		4,00	00:00:36	100,00 %	0,00 %
123. Hranice	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
124. Litoměřice	1		4,00	00:00:45	100,00 %	0,00 %
125. Lovosice	1		1,00	00:00:00	0,00 %	100,00 %
126. Roznov pod Radhoštěm	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
127. Stětí	1		13,00	00:04:21	100,00 %	0,00 %
128. Jeseník	1		3,00	00:06:23	100,00 %	0,00 %
129. Mohelnice	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
130. Beroun	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
131. Celakovice	1		2,00	00:00:18	100,00 %	0,00 %
132. Horovice	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
133. Nymburk	1		3,00	00:00:13	100,00 %	0,00 %
134. Broumov	1		4,00	00:00:45	100,00 %	0,00 %
135. Česká Třebová	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
136. Litomysl	1		4,00	00:00:25	100,00 %	0,00 %
137. Přelouč	1		2,00	00:00:04	100,00 %	0,00 %
138. Rychnov nad Knežnou	1		3,00	00:00:27	100,00 %	0,00 %
139. Sadová	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
140. Turnov	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
141. Vysoké Mýto	1		3,00	00:00:31	100,00 %	0,00 %
142. Domazlice	1		5,00	00:02:28	100,00 %	0,00 %
143. Nejdek	1		3,00	00:00:31	100,00 %	0,00 %
144. Ostrov	1		2,00	00:00:04	100,00 %	0,00 %
145. Blatná	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
146. Bystrice nad Pernštejnem	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
147. Chocen	1		9,00	00:07:43	100,00 %	0,00 %
148. Harrachov	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
149. Hulin	1		2,00	00:00:24	100,00 %	0,00 %
150. Humpolec	1		5,00	00:01:06	100,00 %	0,00 %

Návštěvnost – ČR města tabulka č. 6

Město	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
151. Jilemnice	1		3,00	00:00:58	100,00 %	0,00 %
152. Letohrad	1		3,00	00:00:55	100,00 %	0,00 %
153. Litovel	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
154. Litvinov	1		5,00	00:00:45	100,00 %	0,00 %
155. Moravská Třebová	1		3,00	00:00:24	100,00 %	0,00 %
156. Nové Město nad Metují	1		9,00	00:04:05	100,00 %	0,00 %
157. Podborany	1		3,00	00:00:42	100,00 %	0,00 %
158. Podivín	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
159. Píseň	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
160. Příbor	1		3,00	00:01:20	100,00 %	0,00 %
161. Sedlčany	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
162. Skuteč	1		6,00	00:02:35	100,00 %	0,00 %
163. Soběslav	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
164. Solnice	1		3,00	00:03:19	100,00 %	0,00 %
165. Svitav	1		3,00	00:00:12	100,00 %	0,00 %
166. Stará	1		2,00	00:00:19	100,00 %	0,00 %
167. Telč	1		9,00	00:06:20	100,00 %	0,00 %
168. Třebíč	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
169. Ústí nad Orlicí	1		2,00	00:00:24	100,00 %	0,00 %
170. Velké Pavlovice	1		7,00	00:01:23	100,00 %	0,00 %
171. Střekov	1		7,00	00:13:15	100,00 %	0,00 %
172. Zdice nad Doubravou	1		4,00	00:02:34	100,00 %	0,00 %

Jazyk, který používali návštěvníci

Jazyk	Návštěvy	Návštěvy v %
1. cs	1 914	89,77 %
2. en-us	93	4,36 %
3. sk	61	2,86 %
4. cs-cz	20	0,94 %
5. pl	12	0,56 %
6. zh-cn	9	0,42 %
7. en	6	0,28 %
8. de	5	0,23 %
9. ru-ru	3	0,14 %
10. ru	2	0,09 %

Jazyk, který používali návštěvníci

Jazyk	Návštěvy	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. cs	1 914	2,92	00:01:31	86,26 %	42,84 %
2. en-us	93	3,06	00:02:32	78,49 %	38,71 %
3. sk	61	2,89	00:01:48	91,80 %	47,54 %
4. cs-cz	20	1,95	00:01:10	95,00 %	55,00 %
5. pl	12	1,67	00:00:11	66,67 %	66,67 %
6. zh-cn	9	1,22	00:00:15	44,44 %	77,78 %
7. en	6	1,50	00:00:10	83,33 %	50,00 %
8. de	5	1,20	00:00:04	100,00 %	80,00 %
9. ru-ru	3	4,00	00:10:17	66,67 %	33,33 %
10. ru	2	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

Zdroje návštěvnosti



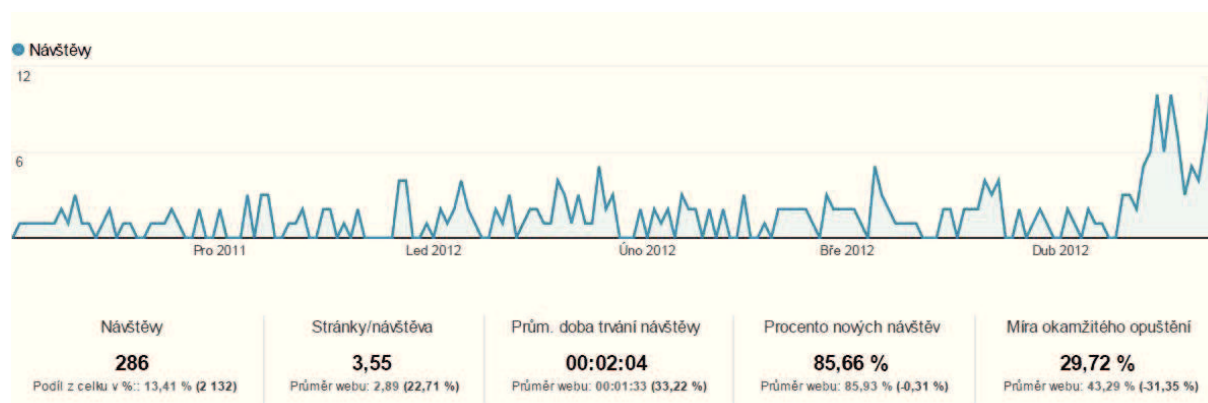
Návštěvy jednotlivých stránek

Stránka	Zobrazení stránek	Zobrazení stránek v %
1. /produkty.html	1 270	20,58 %
2. /potrubi-svarovane-cerne.html	748	12,12 %
3. /	645	10,45 %
4. /ceniky.html	591	9,58 %
5. /potrubi-bezesve.html	526	8,52 %
6. /prislusenstvi.html	469	7,60 %
7. /potrubi-plastove.html	465	7,53 %
8. /kontakty.html	342	5,54 %
9. /potrubi-izolovane.html	255	4,13 %
10. /potrubi-svarovane-pozink.html	215	3,48 %

Veškerá návštěvnost - tabulka

Zdroj/médium	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. seznam / organic	1 217		2,78	00:01:14	88,91 %	43,47 %
2. google / organic	470		2,48	00:01:25	82,77 %	53,62 %
3. firmy.cz / referral	191		3,82	00:01:52	86,91 %	24,61 %
4. (direct) / (none)	142		4,05	00:03:41	71,13 %	32,39 %
5. zbozi.cz / referral	33		2,67	00:00:57	90,91 %	42,42 %
6. c.imedia.cz / referral	11		2,91	00:01:56	100,00 %	45,45 %
7. konstrukce.cz / referral	10		5,30	00:12:12	0,00 %	20,00 %
8. search / organic	8		2,38	00:00:58	100,00 %	50,00 %
9. search.centrum.cz / referral	7		2,57	00:04:32	100,00 %	28,57 %
10. bing / organic	5		1,60	00:03:27	60,00 %	60,00 %
11. atlasfirem.info / referral	4		5,75	00:01:56	100,00 %	0,00 %
12. mapy.cz / referral	4		4,25	00:00:58	100,00 %	25,00 %
13. obrázky.cz / referral	4		1,50	00:00:08	75,00 %	75,00 %
14. out-ng.sklik.cz / referral	3		1,33	00:00:04	100,00 %	66,67 %
15. searchatlas.centrum.cz / referral	2		3,00	00:00:15	100,00 %	50,00 %
16. semodata.cz / referral	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
17. webmail.hydrotechnik.cz / referral	2		1,00	00:00:00	50,00 %	100,00 %
18. yahoo / organic	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
19. avg / organic	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
20. baumarkt.cz / referral	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
21. google.cz / referral	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
22. hladaj.atlas.sk / referral	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
23. horyweb.info / referral	1		2,00	00:00:52	100,00 %	0,00 %
24. info-praha.cz / referral	1		2,00	00:00:41	100,00 %	0,00 %
25. info-vary.cz / referral	1		3,00	00:01:22	100,00 %	0,00 %
26. m.search.seznam.cz / referral	1		2,00	00:00:54	100,00 %	0,00 %
27. onlineobchody.com / referral	1		2,00	00:00:53	100,00 %	0,00 %
28. search.icq.com / referral	1		3,00	00:01:19	100,00 %	0,00 %
29. search.seznam.cz / referral	1		5,00	00:06:00	0,00 %	0,00 %
30. stream.cz / referral	1		8,00	00:01:51	100,00 %	0,00 %
31. translate.google.sk / referral	1		5,00	00:00:34	100,00 %	0,00 %
32. yandex / organic	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
33. zdrojask.cz / referral	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

Návštěvy z odkazujících stránek



Návštěvy z odkazujících stránek – tabulka

Zdroj	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. firmy.cz	191		3,82	00:01:52	86,91 %	24,61 %
2. zbozi.cz	33		2,67	00:00:57	90,91 %	42,42 %
3. c.imedia.cz	11		2,91	00:01:56	100,00 %	45,45 %
4. konstrukce.cz	10		5,30	00:12:12	0,00 %	20,00 %
5. search.centrum.cz	7		2,57	00:04:32	100,00 %	28,57 %
6. atlasfirem.info	4		5,75	00:01:56	100,00 %	0,00 %
7. mapy.cz	4		4,25	00:00:58	100,00 %	25,00 %
8. obrazky.cz	4		1,50	00:00:08	75,00 %	75,00 %
9. out-ng.sklik.cz	3		1,33	00:00:04	100,00 %	66,67 %
10. searchatlas.centrum.cz	2		3,00	00:00:15	100,00 %	50,00 %
11. semodata.cz	2		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
12. webmail.hydrotechnik.cz	2		1,00	00:00:00	50,00 %	100,00 %
13. baumarkt.cz	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
14. google.cz	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
15. hladaj.atlas.sk	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
16. horyweb.info	1		2,00	00:00:52	100,00 %	0,00 %
17. info-praha.cz	1		2,00	00:00:41	100,00 %	0,00 %
18. info-vary.cz	1		3,00	00:01:22	100,00 %	0,00 %
19. m.search.seznam.cz	1		2,00	00:00:54	100,00 %	0,00 %
20. onlineobchody.com	1		2,00	00:00:53	100,00 %	0,00 %
21. search.icq.com	1		3,00	00:01:19	100,00 %	0,00 %
22. search.seznam.cz	1		5,00	00:06:00	0,00 %	0,00 %
23. stream.cz	1		8,00	00:01:51	100,00 %	0,00 %
24. translate.google.sk	1		5,00	00:00:34	100,00 %	0,00 %
25. zdrojak.cz	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

Přímá návštěvnost

Vstupní stránka	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. /	114		4,07	00:03:08	70,18 %	29,82 %
2. /potrubi-svarovane-cerne.html	5		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
3. /potrubi-svarovane-pozink.html	5		5,20	00:04:47	80,00 %	20,00 %
4. /potrubi-bezesve.html	4		3,50	00:02:09	50,00 %	0,00 %
5. /produkty.html	4		3,25	00:08:03	50,00 %	25,00 %
6. /ceniky.html	2		3,50	00:05:18	100,00 %	50,00 %
7. /predstaveni-spolecnosti.html	2		16,50	00:44:35	0,00 %	0,00 %
8. /prislusenstvi.html	2		4,50	00:01:33	100,00 %	0,00 %
9. /kontakty.html	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
10. /potrubi-izolovane.html	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
11. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&rurl=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/&usg=ALkJrh0b4uXhQMbAiY-OYxUpPri0HoEcA	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
12. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&rurl=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/predstaveni-spolecnosti.html&usg=ALkJrhgZZR8hLdAs_eL-Lp_oTZo4gQUVMg	1		1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

Návštěvnost podle klíčových slov

Klíčové slovo	Návštěvy	Návštěvy v %
1. ocelové potrubí	36	2,11 %
2. (not provided)	21	1,23 %
3. gtg cz	18	1,06 %
4. gtg	16	0,94 %
5. plastové potrubí	12	0,70 %
6. plastové trubky	12	0,70 %
7. general trading gate	11	0,65 %
8. trubka ocelová dn 500 ceník	11	0,65 %
9. ocelové trubky	10	0,59 %
10. plastové potrubí ceník	9	0,53 %

Návštěvnost z mobilních telefonů

Mobilní	Návštěvy	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění		
1. No	2 128	2,90	00:01:33	85,90 %	43,28 %		
2. Yes	4	1,50	00:00:17	100,00 %	50,00 %		
Informace o mobilním zařízení			Návštěvy	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opuštění
1. Apple iPad			2	1,50	00:00:06	100,00 %	50,00 %
2. (not set)			1	2,00	00:00:54	100,00 %	0,00 %
3. Nokia E7-00			1	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

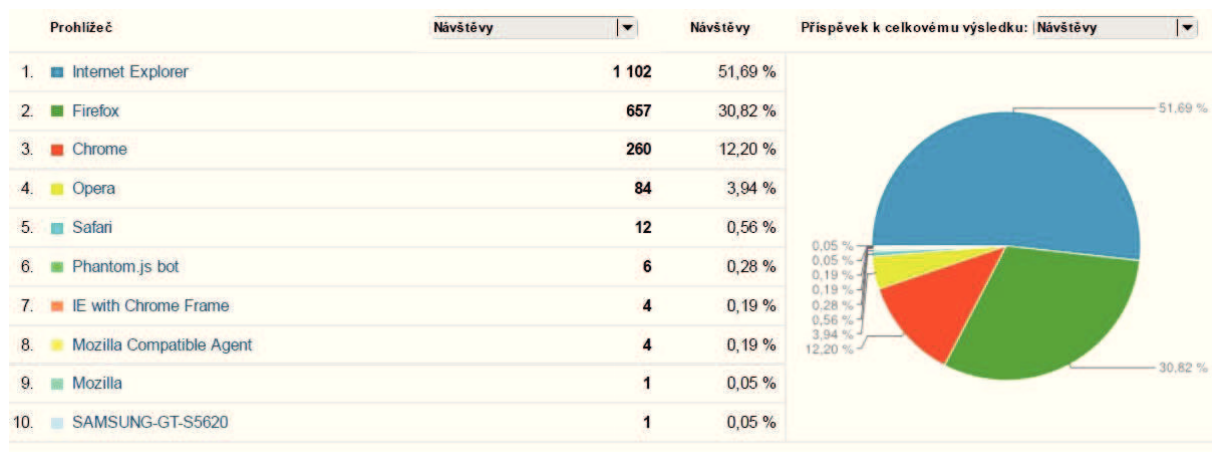
Vstupní stránky

Vstupní stránka	Návštěvy	↓	Stránky/návštěva	Prům. doba trvání návštěvy	Procento nových návštěv	Míra okamžitého opouštění
1. /produkty.html	552		2.84	00:01:03	93,48 %	42,03 %
2. /	423		4.10	00:02:52	72,81 %	23,64 %
3. /potrubi-svarovane-cerne.html	372		2.32	00:01:22	91,67 %	48,66 %
4. /prislusenstvi.html	252		2.03	00:00:57	87,30 %	66,67 %
5. /potrubi-bezesve.html	134		2.69	00:01:25	91,79 %	39,55 %
6. /potrubi-izolovane.html	106		2.92	00:01:11	97,17 %	44,34 %
7. /potrubi-plastove.html	74		2.89	00:00:41	91,89 %	45,95 %
8. /potrubi-svarovane-pozink.html	70		3.07	00:01:40	90,00 %	37,14 %
9. /prirubove-trubky.html	45		2.96	00:01:29	91,11 %	31,11 %
10. /ceniky.html	41		1.59	00:01:20	4,88 %	90,24 %
11. /reference.html	28		2.50	00:01:42	85,71 %	50,00 %
12. /kontakty.html	15		2.93	00:01:08	60,00 %	60,00 %
13. /cile-spolecnosti.html	7		1.43	00:00:03	71,43 %	85,71 %
14. /predstaveni-spolecnosti.html	5		9,00	00:18:28	40,00 %	0,00 %
15. /sluzby.html	5		4.40	00:00:56	80,00 %	0,00 %
16. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&url=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/&usg=ALkJrh0b4uXhQMbAiY-OYxUpPn0HoEcA	1		1.00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
17. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&url=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/predstaveni-spolecnosti.html&usg=ALkJrhgZZR8hLdAs_eL-Lp_oTZo4gQUVMg	1		1.00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
18. /translate_c?hl=sk&langpair=cs sk&url=translate.google.sk&u=http://www.gtg-potrubi.cz/potrubi-izolovane.html&usg=ALkJrh0b4uXhQMbAiY-OYxUpPn0HoEcA	1		5.00	00:00:34	100,00 %	0,00 %

Výstupní stránky

Odchody		Zobrazení stránek		Procento odchodů	
2 132		6 169		34,56 %	
Podíl z celku v %: 100,00 % (2 132)		Podíl z celku v %: 99,95 % (6 172)		Průměr webu: 34,54 % (0,05 %)	
Stránka	Odchody	↓	Zobrazení stránek	Procento odchodů	
1. /produkty.html	518		1 270	40,79 %	
2. /potrubi-svarovane-cerne.html	314		748	41,98 %	
3. /prislusenstvi.html	240		469	51,17 %	
4. /	223		645	34,57 %	
5. /ceniky.html	222		591	37,56 %	
6. /potrubi-bezesve.html	142		526	27,00 %	
7. /kontakty.html	110		342	32,16 %	
8. /potrubi-izolovane.html	92		255	36,08 %	
9. /potrubi-plastove.html	85		465	18,28 %	
10. /potrubi-svarovane-pozink.html	66		215	30,70 %	
11. /reference.html	42		144	29,17 %	
12. /prirubove-trubky.html	40		169	23,67 %	
13. /cile-spolecnosti.html	15		90	16,67 %	
14. /sluzby.html	10		66	15,15 %	
15. /predstaveni-spolecnosti.html	8		165	4,85 %	
16. /clanek/rozsireni-skladovacich-kapacit/	2		5	40,00 %	
17. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&url=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/&usg=ALkJrh0b4uXhQMbAiY-OYxUpPn0HoEcA	1		1	100,00 %	
18. /translate_c?hl=en&ie=UTF8&url=translate.google.com&sl=auto&tl=en&u=http://www.gtg-potrubi.cz/predstaveni-spolecnosti.html&usg=ALkJrhgZZR8hLdAs_eL-Lp_oTZo4gQUVMg	1		1	100,00 %	
19. /translate_c?hl=sk&langpair=cs sk&url=translate.google.sk&u=http://www.gtg-potrubi.cz/potrubi-izolovane.html&usg=ALkJrh0b4uXhQMbAiY-OYxUpPn0HoEcA	1		2	50,00 %	

Prohlížeč



Přehled rychlosti webu

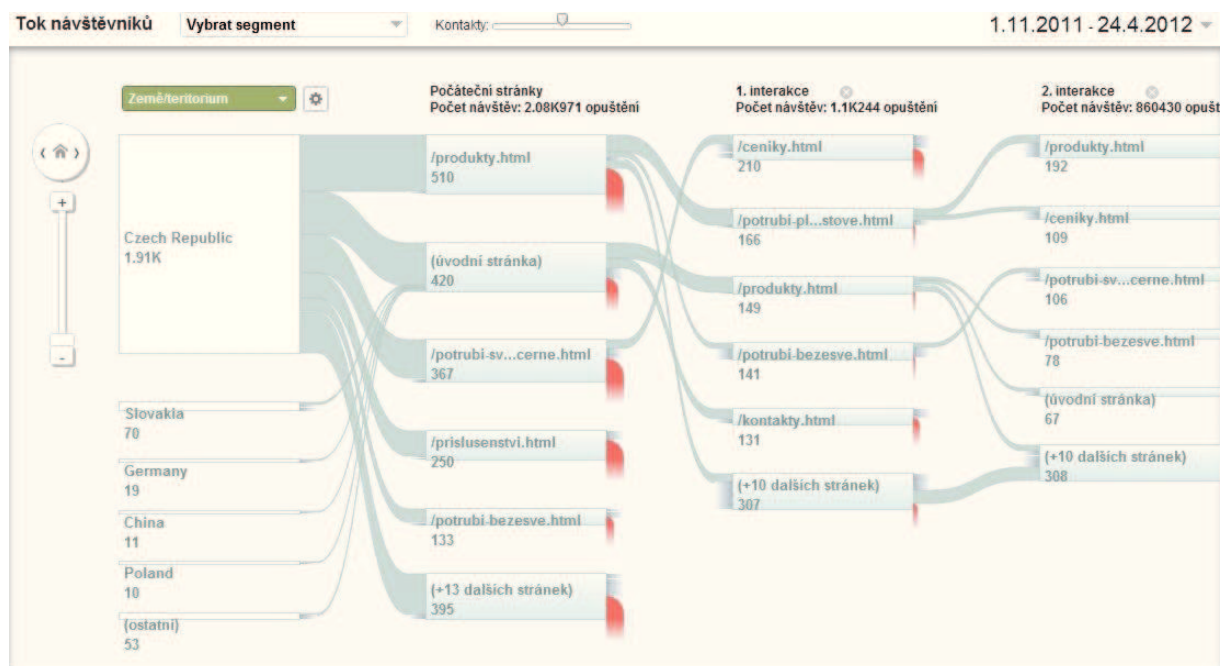
Přehled rychlosti webu

Odesláno 24 zobrazení stránek jako vzorek načítání stránek.

- Prům. doba načítání stránky (s): 1,49
- Prům. doba přesměrování (s): 0,04
- Prům. doba vyhledávání domény (s): 0,01
- Prům. doba připojení k serveru (s): 0,15
- Prům. doba odezvy serveru (s): 0,40
- Prům. doba stahování stránky (s): 0,08

Prohlížeč	Prům. doba načítání stránky (s)
1. Firefox	0,94
2. Internet Explorer	1,49
3. Chrome	2,15

Tok návštěv



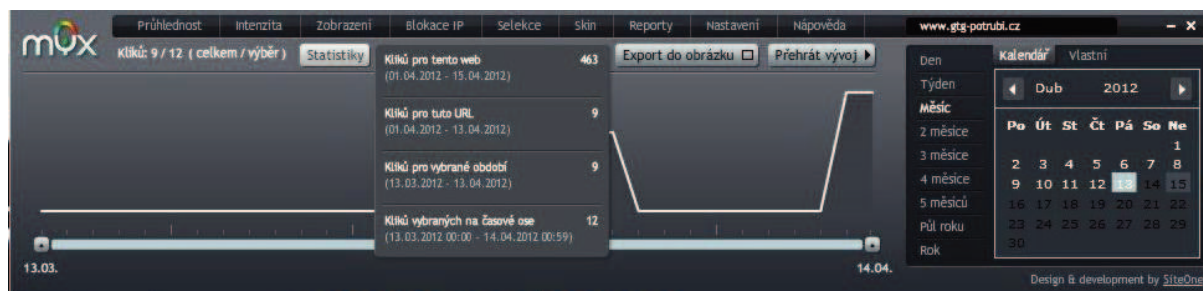
Příloha č. 2: Heat mapy

Zdroj: aplikace myx.cz heat mapy na webové stránce www.gtg-potrubi.cz

Statistika – Úvod



Statistika – Představení společnosti



Statistika – Cíle společnosti



Statistika – Produkty



Statistiky – Potrubí bezešvé



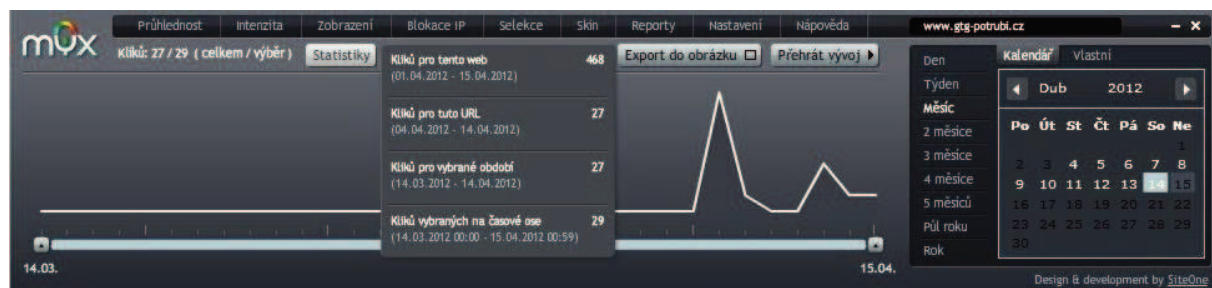
Statistika – Potrubí svařované černé



Statistika – Potrubí svařované pozic



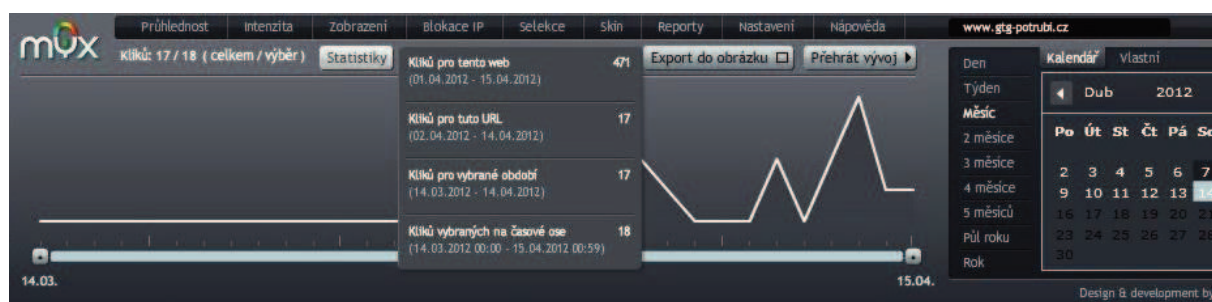
Statistika – Potrubí izolované



Statistika – Potrubí plastové



Statistika – Příslušenství



Statistika – Přírubové truby



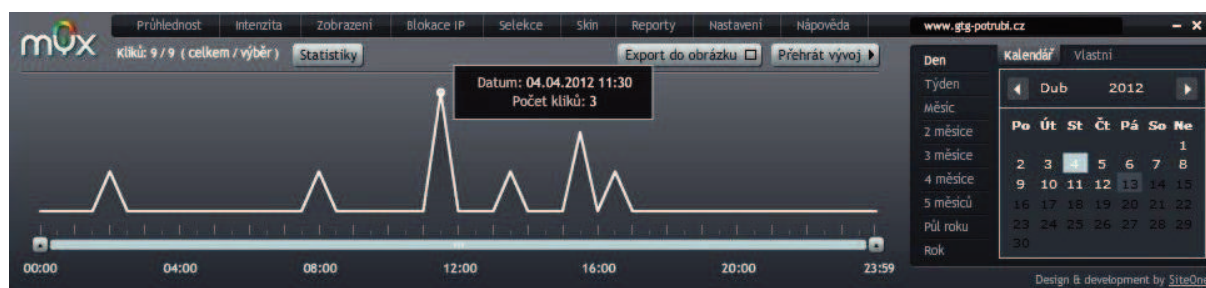
Statistika – Služby



Statistika – Reference



Statistika ze dne 4.4.2012 – Kontakty



Statistika – Ceníky



Příloha č. 3: Statistika PPC kampaně

Zdroj: www.sklik.cz

Web	Zobrazení	Prokliky	CTR	Prům. CPC	Cena	Prům. pozice
http://search.seznam.cz/	21841	484	2,22	4,37	2117	3,04
http://www.zbozi.cz/	4576	29	0,63	2,89	83,9	3,36
http://encyklopedie.seznam.cz/	33	0	0	-	0	1,66
http://m.seznam.cz/	96	0	0	-	0	2,08
http://referaty-seminarky.cz/	22	0	0	-	0	3,99
http://www.komik.cz/	3	0	0	-	0	2,66
http://www.sweb.cz/	9157	3	0,03	9,17	27,5	1,96
http://www.horoskopnamiru.cz/	6	0	0	-	0	4,5
http://www.novinky.cz/	3006	3	0,1	9	27	2,7
http://www.prozeny.cz/	1265	1	0,08	8,6	8,6	2,33
http://www.super.cz/	3	0	0	-	0	1,66
http://webgarden.cz/	6365	0	0	-	0	2,71
http://www.webgarden.cz/	11	0	0	-	0	1,18
http://search.seznam.cz/svet	262	5	1,91	4,82	24,1	3,23
http://www.eurozpravy.cz/	976	0	0	-	0	1,97
http://wz.cz/	19	0	0	-	0	1
http://www.websnadno.cz/	435	0	0	-	0	1,46
http://www.stream.cz/	13731	1	0,01	10	10	1,25
http://www.volny.cz/	66	0	0	-	0	1,42
http://www.megainzerce.cz/	29	0	0	-	0	2,37
http://www.zbozi.cz/	198	1	0,51	4,8	4,8	3,23
http://m.zbozi.cz/	4	0	0	-	0	1,75
http://www.zbozi.cz/	544	2	0,37	2,4	4,8	3,82
http://www.sbazar.cz/	74	0	0	-	0	1,49
http://www.sbazar.cz/	213	0	0	-	0	2,31
http://buchtic.bloguje.cz/	3	0	0	-	0	3
http://m.o2mobil.cz/	10	1	10	0,6	0,6	1,8
http://www.stream.cz/hledani	211	1	0,47	0,5	0,5	1,21
http://hyperbydleni.cz/	1	0	0	-	0	3
http://search.seznam.cz/	20	0	0	-	0	2,44
http://www.tripzone.cz/	2	0	0	-	0	1,5
http://www.e15.cz/	313	0	0	-	0	2,1
http://prima-receptar.cz/	8	0	0	-	0	1
http://tv.nova.cz/	5	0	0	-	0	2,6
http://blog.cz/	4	0	0	-	0	1
http://doma.nova.cz/	15	0	0	-	0	2,53
http://www.zahrada.cz/	192	0	0	-	0	1,52

http://www.kosmetika.cz/	42	0	0	-	0	3,71
http://www.chcizit.cz/	8	0	0	-	0	6,87
http://www.vtip.cz/	6	0	0	-	0	6,83
http://www.hurghada-online.net/	27	0	0	-	0	6,85
http://www.bety.cz/	10	0	0	-	0	1
http://emimino.cz/	578	0	0	-	0	1,38
http://www.annonce.cz/	253	0	0	-	0	1,09
http://www.webnode.cz/	2	0	0	-	0	1
http://www.jakbyt.cz/	87	0	0	-	0	4,16
http://xf.cz/	144	0	0	-	0	1
http://www.onlinenoviny.cz/	2	0	0	-	0	5
http://www.smain.cz/	4	0	0	-	0	1
http://ciselnik.artega.cz/	43	0	0	-	0	3,3
http://praceplzen.com/	3	0	0	-	0	2,33
http://bil.cz/	2	0	0	-	0	7,5
http://boty.cz/	1	0	0	-	0	3
http://karavany.cz/	2	0	0	-	0	1
http://matematika.cz/	2	0	0	-	0	5,5
http://stavebniny.cz/	14	0	0	-	0	1,35
http://vozidla.cz/	12	0	0	-	0	1,16
http://videopujcovna.cz/	2	0	0	-	0	4,5
http://www.severskelisty.cz/	2	0	0	-	0	2
http://tvix.cz/	7	0	0	-	0	5,71
http://www.onlineobchody.com/	18	0	0	-	0	1,44
http://www.obrazky.cz/	136	3	2,21	3,43	10,3	1,96
http://www.livedoctor.cz/	66	0	0	-	0	2,16
http://www.studuju.cz/	1	0	0	-	0	3
http://www.krasojizda.cz/	254	0	0	-	0	4,04
http://www.cshry.cz/	3	0	0	-	0	1,66
http://www.feliciaklub.cz/	44	0	0	-	0	1,47
http://www.samuraj.cz/	2	0	0	-	0	4
http://www.poctivefirmy.cz/	1	0	0	-	0	1
http://volny.cz/	314	0	0	-	0	1,01
http://www.rcbazar.cz/	1	0	0	-	0	3
http://www.trafika.cz/	1	0	0	-	0	5
http://forum.octaviacub.cz/	70	0	0	-	0	1,64
http://www.algoritmy.net/	23	0	0	-	0	2,82
http://www.muj-bazar.cz/	4	0	0	-	0	4,25
http://cs.autolexicon.net/	15	0	0	-	0	2,93
http://vimkde.cz/	7	1	14,29	10	10	1
http://www.mojetehotenstvi.cz/	5	0	0	-	0	3,6
http://www.oslavany.info/	1	0	0	-	0	6
http://www.pracevzahrnaci.cz/	3	0	0	-	0	4,66

http://www.pocketpc.cz/	2	0	0	-	0	1
http://www.hledej ceny.cz/	63	0	0	-	0	3,33
http://www.drivery.cz/	1	0	0	-	0	4
http://www.tatoo.cz/	1	0	0	-	0	5
http://www.maturant.cz/	2	0	0	-	0	1
http://yety.cz/	7	0	0	-	0	3,14
http://levnemoto.cz/	2	0	0	-	0	1
http://www.hledej ceny.cz/	50	0	0	-	0	4,71
http://onlineporadna.cz/	4	0	0	-	0	4,25
http://studovat.cz/	22	0	0	-	0	1,9
http://realmax.cz/	7	0	0	-	0	1,28
http://www.rouming.cz/	4810	0	0	-	0	2,88
http://www.novakoviny.eu/	1	0	0	-	0	5
http://vkkrby.cz/	1546	1	0,06	10	10	1,12
http://www.truck.cz/	4	0	0	-	0	1,5
http://www.kliparty.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.zlicin.cz/	162	0	0	-	0	1,82
http://www.freeshop.cz/	3	0	0	-	0	1
http://www.seznam.cz/	41	2	4,88	4,15	8,3	3,19
http://www.seznam.cz/	17	0	0	-	0	2,82
http://nejpovinneruceni.cz/	5	0	0	-	0	1,4
http://www.1000her.cz/	207	0	0	-	0	1
http://www.videoworldonline.eu/	4	0	0	-	0	1,25
http://www.4stav.cz/	7	0	0	-	0	1,28
http://www.kdekoliv.eu/	9	0	0	-	0	5,11
http://www.osvetle.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.mestozlin.com/	1	0	0	-	0	2
http://ukrajina.tv/	52	0	0	-	0	1,59
http://www.filmyzdarma.cz/	29	0	0	-	0	1,13
http://www.abcfiles.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.zboz.cz/	13	0	0	-	0	1,15
http://www.internetonline.cz/	15	0	0	-	0	3,46
http://www.konici.cz/	1	0	0	-	0	6
http://www.barvynavlasz.cz/	130	0	0	-	0	2,34
http://www.mednet.cz/	127	0	0	-	0	2,49
http://www.hryprodivky.cz/	4	0	0	-	0	2
http://profi-naradi-bosch.cz/	1	0	0	-	0	1
http://rucni-naradi-bosch.cz/	2	0	0	-	0	1
http://www.spokojeny-nakup.cz/	92	0	0	-	0	1,35
http://www.lide.cz/	590	0	0	-	0	3,19
http://www.firmy.cz/	447	10	2,24	3,19	31,9	1,82
http://www.naseporodnice.cz/	1	0	0	-	0	3
http://www.zbozi.cz/	396	2	0,51	3,5	7	3,35

http://www.zbozi.cz/	12	0	0	-	0	2,66
http://www.zbozi.cz/	16	0	0	-	0	3,99
http://www.ceskepoptavky.cz/	1	0	0	-	0	3
http://www.udalosti112.cz/	486	0	0	-	0	5,58
http://tmobile-g1.kx.cz/	2	0	0	-	0	1
http://search.seznam.cz/	10	1	10	5,7	5,7	3
http://www.autorevue.cz/	255	0	0	-	0	2,23
http://www.ihned.cz/	4062	2	0,05	10	20	1,44
http://www.zive.cz/	1047	0	0	-	0	1,85
http://www.mobilmania.cz/	122	0	0	-	0	3,37
http://www.menstruace.eu/	1008	1	0,1	10	10	4,74
http://www.hifiauto.eu/	11	0	0	-	0	4,09
http://www.eelektro.cz/	3	0	0	-	0	3,66
http://search.seznam.cz/	30	0	0	-	0	1,9
http://www.miss-pepper.cz/	12	0	0	-	0	3,91
http://www.hry.cz/	3	0	0	-	0	1,33
http://free-inzerce.cz/	12	0	0	-	0	1,99
http://steelcalc.com/cs	6	0	0	-	0	1
http://www.rady-kutilum.com/	2	0	0	-	0	1
http://www.lupa.cz/	36	0	0	-	0	4,38
http://www.root.cz/	806	0	0	-	0	2,2
http://www.mesec.cz/	560	0	0	-	0	7,71
http://www.podnikatel.cz/	61	0	0	-	0	5,6
http://www.digizone.cz/	68	0	0	-	0	3,98
http://www.slunecnice.cz/	104	0	0	-	0	3,49
http://www.bomba.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.vitalia.cz/	47	0	0	-	0	7,1
http://citaty.fabulator.cz/	12	0	0	-	0	4,25
http://zdrojak.root.cz/	142	0	0	-	0	3,69
http://search.seznam.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.openoffice.cz/	1	0	0	-	0	4
http://search.seznam.cz/	32	0	0	-	0	3,87
http://www.asistentka247.cz/	2	0	0	-	0	4,5
http://www.gvkb.jecool.net/	3	0	0	-	0	1,33
http://www.homebazar.cz/	1	0	0	-	0	2
http://www.samsungomnia.cz.tc/	1	0	0	-	0	3
http://www.moda.cz/	2	0	0	-	0	4
http://www.helso.cz.tc/	4	0	0	-	0	1
http://www.kytice.cz.tc/	1	0	0	-	0	1
http://www.ajeje.cz/	12	0	0	-	0	1,25
http://restaurace.cz.tc/	4	0	0	-	0	4,5
http://lavicedema.info/	2	0	0	-	0	1
http://www.beltina.cz/	139	0	0	-	0	3,71

http://congakozni.info/	2	0	0	-	0	1
http://www.ctusi.info/	17	0	0	-	0	2,82
http://hyperinzerce.cz/	5653	1	0,02	10	10	5,59
http://adresarfirem.cz/	61	0	0	-	0	3,14
http://videa.seznam.cz/	1	0	0	-	0	1
http://hyperprace.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.uprace.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.ceskenoviny.cz/	80	0	0	-	0	2,28
http://www.rosicko.cz/	7	0	0	-	0	1,85
http://www.vykricmeto.cz/	1	0	0	-	0	7
http://www.cnews.cz/	366	0	0	-	0	2,18
http://www.ontola.com/cs	2	0	0	-	0	3
http://www.parlamentnilisty.cz/	92	0	0	-	0	2,71
http://vysvedcenifirem.cz/	1	0	0	-	0	2
http://recenzetest.cz/	9	0	0	-	0	2,88
http://www.letemsvetemappleu.eu/	2	0	0	-	0	1
http://www.seminarky.cz/	19	0	0	-	0	2,42
http://www.olomouc.cz/	2	0	0	-	0	1
http://www.airsoft-forum.cz/	18	0	0	-	0	3,61
http://www.c5club.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.fitgirl.cz/	21	0	0	-	0	1,09
http://www.kouzelnebydleni.cz/	4	0	0	-	0	1
http://mylms.cz/	6	0	0	-	0	4,5
http://myamerica.int.tc/	2	0	0	-	0	1,5
http://diroffice.info/	62	1	1,61	10	10	3,64
http://www.piste-povidky.cz/	3	0	0	-	0	3,66
http://www.omniapro.info/	9	0	0	-	0	6,11
http://www.vikendovy.info/	1	0	0	-	0	4
http://www.ceskdir.info/	12	0	0	-	0	1,75
http://www.predajdir.info/	12	0	0	-	0	2,41
http://www.skladomu.info/	10	0	0	-	0	1,8
http://www.pracebazar.info/	7	0	0	-	0	1
http://zaskolak.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.moravalpg.info/	12	0	0	-	0	4
http://cesky-bulvar.cz/	5	0	0	-	0	3,2
http://www.mzone.cz/	1	0	0	-	0	3
http://takeit.cz/	1	0	0	-	0	1
http://www.eshoppacha.info/	4	0	0	-	0	1
http://www.ifauna.cz/	3	0	0	-	0	2,33
http://www.tiscali.cz/	7	0	0	-	0	1
http://www.popisdir.info/	5	0	0	-	0	9
http://www.centralnivysavace.info/	7	0	0	-	0	2,85
http://www.dumachalupa.cz/	871	1	0,11	9	9	1,88

http://www.ipad-forum.cz/	2	0	0	-	0	5
http://www.horyweb.info/	140	0	0	-	0	2,19
http://www.tuningviva.info/	10	0	0	-	0	2,7
http://www.jewelsled.info/	4	0	0	-	0	1,75
http://www.nohoudir.info/	24	0	0	-	0	3,08
http://www.gymretro.info/	4	0	0	-	0	1,5
http://www.dieta-krabickova.cz/	8	0	0	-	0	4,5
http://azkotle.cz/	17	0	0	-	0	4,88
http://czechian.cz/	1	0	0	-	0	5
http://dedicated.cz/	1	0	0	-	0	4
http://www.ireferaty.cz/	1	0	0	-	0	4
http://www.cysnews.cz/	8	0	0	-	0	4,5
http://auto-car.cz/	26	0	0	-	0	2,03
http://aboutprague.cz/	4	0	0	-	0	2,75
http://all-inclusive.cz/	1	0	0	-	0	2
http://e-nabytek.cz/	1	0	0	-	0	2
http://drevene-schody.cz/	26	0	0	-	0	3,42
http://www.i-bazar.cz/	3	0	0	-	0	2,33
http://www.stavby.cz/	2	0	0	-	0	3,5
-	91649	557	0,61	4,4	2451	2,64

Příloha č. 4: SEO analýza a síla webu

Zdroj: seo-servis.cz

SEO analýza – Úvod

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtq-potrubi.cz/

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 65 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Úvod
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Nexistuje
Sitemap	Nexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 8 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ⚠ Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.48 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- Přehled nadpisů stránky:
ⓘ <h1>GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 16
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ⓘ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Zdrojový kód

- ⚠ Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.48 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- Přehled nadpisů stránky:
ⓘ <h1>GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 16
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ⓘ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Úvod

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 28 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Úvod
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 169 slov
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

65% SEO Servis
Komplexní analýza zdrojového kódu: [65 %](#)

2/10 Pagerank
Google Pagerank testované stránky: 2/10

2/10 Srnk
Srnk testované stránky: 20/100

0/10 Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0

10/10 Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1

8/10 Popularita URL adresy
Oblíbenost URL adresy webové stránky: [11,100](#)
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

2/10 Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [26](#)

0/10 Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#)

0/10 Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#)

0/10 Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#)

Doména

2/10 Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [31](#)

0/10 Stáří domény
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

0/10 Alexa rank
Alexa rank testované domény: [0](#)
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.
[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Představení společnosti

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pre...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Představení společnosti
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: **0,65 KB**

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- 🕒 Stránka obsahuje více nadpisů h1. Počet nadpisů h1: 2.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- 🔍 Přehled nadpisů stránky:
<h1>Představení společnosti
<h1>General Trading Gate CZ, s.r.o.
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- 🔗 Počet odkazů na stránce: 14
- 🔗 Počet odkazů na externí zdroje: 5
- 🔗 Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro neověřitelné weby.

Analýza síly webu – Představení společnosti

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pre...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 24 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Představení společnosti
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 233 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

64% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %.

1/10 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: 1/10.

1/10 Srank

Srank testované stránky: 10/100.

0/10 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.

10/10 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.

1/10 Popularita URL adresy

Oblíbenost URL adresy webové stránky: 0.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

2/10 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.

2/10 Zpětné odkazy testované stránky

Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 17.

0/10 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejduležitějším katalogu dmoz.org: 0.

0/10 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.

0/10 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

2/10 Pagerank

Pagerank celé domény: 2.

2/10 Srank

Srank celé domény: 20.

2/10 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.

0/10 Stáří domény

Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

0/10 Alexa rank

Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Cíle společnosti

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/cil...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 68 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Cíle společnosti
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 15 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.52 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 15 kB

✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.

✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.

✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.

✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.

✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky:

```

<h1>Cíle společnosti
  <h2>Preamble
  <h2>Profesionalita
  <h2>Zodpovědnost vůči zákazníkovi (vnitřnímu i externímu)
  <h2>Zodpovědnost vůči dodavatelům
  <h2>Zodpovědnost vůči zaměstnancům
  <h2>Zodpovědnost vůči zaměstnavateli
  <h2>Zodpovědnost za konkrétní majetek a zařízení
  <h2>Zodpovědnost za životní prostředí
  <h2>Zodpovědnost vůči společnosti
  <h2>Spolupráce
  <h2>Čestné podnikání
  <h2>Bezpečnost práce

```

✓ Stránka obsahuje dostatek textu.

Počet odkazů na stránce: 14

Počet odkazů na externí zdroje: 5

Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro neověřitelné weby.

Analýza síly webu – Cíle společnosti

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/cil...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Cíle společnosti
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 704 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

68% SEO Servis
Komplexní analýza zdrojového kódu: [68 %](#)

Pagerank
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.

Srank
Srank testované stránky: 10/100.

Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: [0](#).

Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: [1](#).

Popularita URL adresy
Oblíbenost URL adresy webové stránky: [3](#).
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [26](#).

Zpětné odkazy testované stránky
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: [17](#).

Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejstarším katalogu dmoz.org: [0](#).

Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#), na celou doménu: [0](#).

Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

Doména

Pagerank
Pagerank celé domény: [2](#).

Srank
Srank celé domény: [20](#).

Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [31](#).

Stáří domény
Stáří testované domény: [0](#) dnů.
Stáří podle prvního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

Alexa rank
Alexa rank testované domény: [0](#).
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Produkty

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pro...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Produkty
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ✓ Přehled nadpisů stránky:
<h1>Produkty
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ✓ Počet odkazů na stránce: 24
- ✓ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ✓ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Produkty

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pro...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 24 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Produkty
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 266 slov .
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu .

64% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: **64 %**.

- 1/10** Pagerank
Google Pagerank testované stránky: 1/10
- 22/100** Srank
Srank testované stránky: 20/100
- 0/10** Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: **0**.
- 10/10** Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: **1**.
- 1/10** Popularita URL adresy
Obilbenost URL adresy webové stránky: **1**.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- 22/100** Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: **26**.
- 22/100** Zpětné odkazy testované stránky
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: **17**.
- 0/100** Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: **0**.
- 0/100** Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: **0** na celou doménu: **0**.
- 0/100** Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: **0**.

Doména

- 22/100** Pagerank
Pagerank celé domény: **2**.
- 22/100** Srank
Srank celé domény: **20**.
- 22/100** Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: **31**.
- 0/100** Stáří domény
Stáří testované domény: **0** dnů.
Stáří podle privátního zaindexování do webarchivu. Stáří domény představují větší autoritu.
- 0/100** Alexa rank
Alexa rank testované domény: **0**.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně](#)

SEO analýza – Potrubí bezešvé

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí bezešvé
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytkových dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

✗ Stránka obsahuje 4 **html chyby**. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru.
Velikost v CSS navíc: 2.90 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: b, font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ✓ Přehled nadpisů stránky:
<h1>Potrubí bezešvé
<h2>Trubky závitové - DN15 - DN125
<h2>Trubky závitové zesílené - DN15 - DN125
<h2>Bezešvé trubky hladké - DN15 - DN450
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 23
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ⓘ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Potrubí bezešvé

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí bezešvé
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 285 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 4 html chyby.

64 % SEO Servis
Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %.

- 0/100 **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.
- 3/100 **Strank**
Strank testované stránky: 10/100.
- 0/100 **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- 10/100 **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- 5/100 **Popularita URL adresy**
Obilbenost URL adresy webové stránky: 795.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- 2/100 **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- 2/100 **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.
- 0/100 **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- 0/100 **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- 0/100 **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- 2/100 **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- 2/100 **Strank**
Strank celé domény: 20.
- 2/100 **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 21.
- 0/100 **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Staří domény představují větší autoritu.
- 0/100 **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Potrubí svařované černé

Analyza zdrojoveho kodu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí svařované černé
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 25 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 [html chybu](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru.
- Velikost v CSS navíc: 6,61 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: b, font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho nadpisů první úrovně. Nadpis 1. úrovně by měl především korespondovat s titulem stránky a být na stránce pouze jednou.
- Počet nadpisů h1: 4.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Obsahová část

- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho nadpisů první úrovně. Nadpis 1. úrovně by měl především korespondovat s titulem stránky a být na stránce pouze jednou.
- Počet nadpisů h1: 4.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky:

```
<h1>Potrubí svařované černé
<h1>Trubky podélně svařované černé - pro DN 15 - DN 100
  <h2>Trubky tlakové: Podélně svařované redukované za tepla (použití - tlaková zařízení), EN10217 - 1
  <h2>Trubky závitové: Podélně svařované redukované za tepla (použití - rozvody vody), EN10255
  <h2>Konstrukční trubky: Válcované za studena a podélně svařované, (použití - ocelové konstrukce), EN10210
  <h2>Trubky lešenářské
<h1>Trubky podélně svařované - DN 300 - DN 2 200
<h1>Trubky spirálně svařované - DN 300 - DN 1400
  <h2>Trubky se šroubovicovým svarem
  <h2>Trubky svařované HFI DN 100 - DN 500
  <h2>Trubky svařované HFI - svařované s vysokou frekvencí
```

- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 22
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ⓘ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Potrubí svařované černé

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celkové síla webu: 26 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí svařované černé
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 762 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1.html chybu.

64% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %

1/10 Pagerank
Google Pagerank testované stránky: 1/10.

1/10 Srnk
Srnk testované stránky: 10/100.

0/10 Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.

10/10 Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.

6/10 Popularita URL adresy
Obilbenost URL adresy webové stránky: 1,140.
Počet výrazů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

2/10 Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.

2/10 Zpětné odkazy testované stránky
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 10.

0/10 Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.

0/10 Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.

0/10 Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

2/10 Pagerank
Pagerank celé domény: 2.

2/10 Srnk
Srnk celé domény: 20.

2/10 Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.

0/10 Stáří domény
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webackhivu. Starší domény představují větší autoritu.

0/10 Alexa rank
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně](#)

SEO analýza – Potrubí svařované pozink

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí svařované pozink
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 13 kB

- ✗ Stránka obsahuje 1.html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 2,26 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: b
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ⚠ Stránka obsahuje více nadpisů h1. Počet nadpisů h1: 2.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky:

```
<h1>Potrubí svařované pozink
<h1>Trubky podélně svařované pozink - pro DN 15 - DN 100
<h2>Trubky tlakové: Podélně svařované redukované za tepla (použití - tlaková zařízení), EN10217 - 1
<h2>Trubky závitové: Podélně svařované redukované za tepla (použití - rozvody vody), EN10255
```

- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 23
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 5

Analýza síly webu – Potrubí svařované pozink

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí svařované pozink
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 242 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

64% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %

- 1/10** **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: 1/10.
- 1/10** **Srank**
Srank testované stránky: 10/100.
- 0/10** **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- 10/10** **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- 5/10** **Popularita URL adresy**
Oblíbenost URL adresy webové stránky: 020.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah internetu

- 2/10** **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- 2/10** **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 11.
- 0/10** **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- 0/10** **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- 0/10** **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- 2/10** **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- 2/10** **Srank**
Srank celé domény: 20.
- 2/10** **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.
- 0/10** **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle povinného zaindexování do webarchivu. Stáří domény představují větší autoritu.
- 0/10** **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Potrubí izolované

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 66 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí izolované
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 14 kB

Sémantika a přístupnost

- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru.

Velikost v CSS navíc: 1,67 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky.

<h1>Potrubí izolované
<h2>Potrubí izolované 3LPE dle DIN 30670
<h2>Další druhy izolace:

- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ⓘ Počet odkazů na stránce: 22
- ⓘ Počet odkazů na externí zdroje: 6
- ⓘ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Potrubí izolované

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí izolované
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 262 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

66% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 66 %

- 1/10** Pagerank
Google Pagerank testované stránky: 1/10.
- 1/10** Srank
Srank testované stránky: 10/100.
- 0/10** Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- 10/10** Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- 1/10** Popularita URL adresy
Oblíbenost URL adresy webové stránky: 5.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- 2/10** Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- 2/10** Zpětné odkazy testované stránky
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.
- 0/10** Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- 0/10** Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0 na celou doménu: 0.
- 0/10** Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- 2/10** Pagerank
Pagerank celé domény: 2.
- 2/10** Srank
Srank celé domény: 20.
- 2/10** Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.
- 0/10** Stáří domény
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Stáří domény představují větší autoritu.
- 0/10** Alexa rank
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně](#)

SEO analýza – Potrubí plastové

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 66 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí plastové
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct, jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 12 kB

- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popí. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru.
Velikost v CSS navíc: 1.88 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky:

```
<h1>Potrubí plastové
<h2>Kanalizační systémy
<h2>Vodovodní systémy
<h2>Plynovodní systémy
<h2>Drenážní systémy
<h2>Vnitřní odpady
```

- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- 1** Počet odkazů na stránce: 22
- 1** Počet odkazů na externí zdroje: 5

Analýza síly webu – Potrubí plastové

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pot...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celkové síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Potrubí plastové
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 263 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

66% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 66 %

- Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.
- Srank**
Srank testované stránky: 10/100.
- Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- Popularita URL adresy**
Obilizenost URL adresy webové stránky: 5.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.
- Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- Srank**
Srank celé domény: 20.
- Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.
- Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.
- Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Příslušenství

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubí.cz/pri...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 68 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Příslušenství
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 18 kB

- ✗ Stránka obsahuje 2 html chyby. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru.

Velikost v CSS navíc: 0.66 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- 🕒 Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky:

```

<h1>Příslušenství
  <h2>Potrubní příslušenství - ocel :
    <h2>Přiruby:
    <h2>Trubkové oblouky:
    <h2>Trubkové ohyby:
    <h2>Trubková dna :
    <h2>Trubkové přechody:
    <h2>T - KUSY :
    <h2>Fitinky z temperované litiny a oceli :
    <h2>Potrubní příslušenství - plast
  
```

- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ℹ Počet odkazů na stránce: 25
- ℹ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ℹ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Příslušenství

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubni.cz/pri...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 25 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Příslušenství
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 481 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 2 html chyby.

68% SEO Servis
Komplexní analýza zdrojového kódu: 88 %

1/100 **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: 1/10.

2/100 **Srank**
Srank testované stránky: 20/100.

0/100 **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: 0.

10/100 **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: 1.

1/100 **Popularita URL adresy**
Obilbenost URL adresy webové stránky: 1.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

2/100 **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.

2/100 **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.

0/100 **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.

0/100 **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.

0/100 **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

2/100 **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.

2/100 **Srank**
Srank celé domény: 20.

2/100 **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.

0/100 **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

0/100 **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Přírubové trubky

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pri...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Přírubové trubky
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 11 kB

Celková velikost HTML kódu: 11 kB

- ✗ Stránka obsahuje 1 [html chybu](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.92 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování a fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ✓ Přehled nadpisů stránky:
<h1>Přírubové trubky
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ✓ Počet odkazů na stránce: 23
- ✓ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ✓ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Přírubové trubky

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/pri...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 23 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Přírubové trubky
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 224 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu .

64% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %

- 1/10 **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: 1/10.
- 0/10 **Srank**
Srank testované stránky: 0/100.
- 0/10 **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- 8/10 **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 2.
- 5/10 **Popularita URL adresy**
Obľíbenost URL adresy webové stránky: 532.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- 22/100 **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- 22/100 **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.
- 0/100 **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejpůvodnějším katalogu dmoz.org: 0.
- 0/100 **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0 na celou doménu: 0.
- 0/100 **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- 22/100 **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- 22/100 **Srank**
Srank celé domény: 20.
- 22/100 **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 21.
- 0/100 **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.
- 0/100 **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.
[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Služby

Analyzá zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/slu...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 59 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Služby
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hiavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytkových dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 10 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ! Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: font
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ! Přehled nadpisů stránky:
<h1>Služby
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- ! Počet odkazů na stránce: 22
- ! Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ! Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro neúvěřehodné weby.

Analýza síly webu – Služby

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/slu...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 23 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Služby
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 146 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 59 %

- ! Pagerank
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přořazen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.
- ! Srnk
Srnk testované stránky: 10/100.
- ! Pozice na Seznamu
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- ! Pozice na Google
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- ! Popularita URL adresy
Obilbenost URL adresy webové stránky: 0.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah internetu

- ! Zpětné odkazy na doménu
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.
- ! Zpětné odkazy testované stránky
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 9.
- ! Katalog DMOZ.org
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- ! Encyklopedie Wikipedia.org
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- ! Delicious.com
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- ! Pagerank
Pagerank celé domény: 2.
- ! Srnk
Srnk celé domény: 20.
- ! Indexované stránky
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 21.
- ! Stáří domény
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.
- ! Alexa rank
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Reference

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/ref...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 64 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Reference
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říci jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 32 kB

- ✗ Stránka obsahuje 3 [HTML chyby](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje příliš mnoho inline vložených CSS stylů, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 1.56 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování a fyzickým formátováním. Použijte nesémantické značky: b
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ℹ Přehled nadpisů stránky
<h1>Reference
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ℹ Počet odkazů na stránce: 14
- ℹ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ℹ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro neověřitelné weby.

Analýza síly webu – Reference

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/ref...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 23 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Reference
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 541 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 3 HTML chyby .

6.4% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 64 %.

- 0/100 **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.
- 1/100 **Srank**
Srank testované stránky: 10/100.
- 0/100 **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- 10/100 **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.
- 0/100 **Popularita URL adresy**
Obilnost URL adresy webové stránky: 0.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- 2/100 **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 28.
- 2/100 **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 17.
- 0/100 **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- 0/100 **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- 0/100 **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- 2/100 **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- 2/100 **Srank**
Srank celé domény: 20.
- 2/100 **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 21.
- 0/100 **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle privátního zaindexování do webarchivu. Stáří domény představují větší autoritu.
- 0/100 **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Aktuality

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/rub...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 61 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Aktuality
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 8 kB

✗ Stránka obsahuje 1 [html chybu](#). Stránka by měla být validní a bez chyt, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

🕒 Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.21 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

📄 Přehled nadpisů stránky.

<h1>Aktuality

- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- 📄 Počet odkazů na stránce: 13
- 📄 Počet odkazů na externí zdroje: 4

Analýza síly webu – Aktuality

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/rub...

- Datum testování: 8. 05. 2012
- Celková síla webu: 22 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Aktuality
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 76 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu .

SEO Servis

61% Komplexní analýza zdrojového kódu: [61 %](#).

Pagerank

1/10 Google Pagerank testované stránky: 1/10.

Srank

1/10 Srank testované stránky: 10/100.

Pozice na Seznamu

0/100 Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.

Pozice na Google

10/100 Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.

Popularita URL adresy

0/100 Oblíbenost URL adresy webové stránky: 0.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

Zpětné odkazy na doménu

2/100 Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 28.

Zpětné odkazy testované stránky

2/100 Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 17.

Katalog DMOZ.org

0/100 Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.

Encyklopedie Wikipedia.org

0/100 Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.

Delicious.com

0/100 Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

Pagerank

0/100 Pagerank celé domény: -1.

Srank

2/100 Srank celé domény: 20.

Indexované stránky

2/100 Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.

Stáří domény

0/100 Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Staří domény představují větší autoritu.

Alexa rank

0/100 Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

SEO analýza – Kontakty

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/kon...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 61 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Kontakty
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytkových dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 8 kB

Celková velikost HTML kódu: 8 kB

- ✗ Stránka obsahuje 1 [html chybu](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.21 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ✓ Přehled nadpisů stránky:
<h1>Kontakty
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- ✓ Počet odkazů na stránce: 14
- ✓ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ✓ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro neověřitelné weby.

Analýza síly webu – Kontakty

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/kon...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 17 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Kontakty
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 120 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu .

SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 61 %

- ✗ **Pagerank**
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.
- ✓ **Srank**
Srank testované stránky: 20/100.
- ✗ **Pozice na Seznamu**
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.
- ✓ **Pozice na Google**
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 5.
- ✓ **Popularita URL adresy**
Oblíbenost URL adresy webové stránky: 5.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah Internetu

- ✓ **Zpětné odkazy na doménu**
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 28.
- ✓ **Zpětné odkazy testované stránky**
Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 17.
- ✗ **Katalog DMOZ.org**
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: 0.
- ✗ **Encyklopedie Wikipedia.org**
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.
- ✗ **Delicious.com**
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

- ✓ **Pagerank**
Pagerank celé domény: 2.
- ✓ **Srank**
Srank celé domény: 20.
- ✓ **Indexované stránky**
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.
- ✗ **Stáří domény**
Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle protního zaindexování do webarchivu. Staří domény představují větší autoritu.
- ✗ **Alexa rank**
Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

SEO analýza – Ceníky

Analýza zdrojového kódu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/cen...

- Datum testování: 13. 04. 2012
- Celkové hodnocení: 61 %

Popisné informace

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Ceníky
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Někteří vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.

Celková velikost HTML kódu: 7 kB

Celková velikost HTML kódu: 7 kB

- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ✗ Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.21 kB

Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvyrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- ✓ Přehled nadpisů stránky:
<h1>Ceníky
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- ✓ Počet odkazů na stránce: 15
- ✓ Počet odkazů na externí zdroje: 5
- ✓ Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Analýza síly webu – Ceníky

Síla webu

Adresa: www.gtg-potrubi.cz/cen...

- Datum testování: 21. 04. 2012
- Celková síla webu: 23 %

Webová stránka

Titulek	GENERAL TRADING GATE CZ, s.r.o. Ceníky
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem 83 slov.
Validita	Webová stránka není XHTML 1.0 Transitional validní - obsahuje 1 html chybu.

61% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: 61 %.

0/100 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit...

22/100 Srank

Srank testované stránky: 20/100.

0/100 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulu: 0.

10/100 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulu: 1.

0/100 Popularita URL adresy

Obilnost URL adresy webové stránky: 0.
Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

Zpětné odkazy a obsah internetu

22/100 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: 26.

22/100 Zpětné odkazy testované stránky

Počet zpětných odkazů vedoucích pouze na testovanou stránku: 10.

0/100 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejúspěšnějším katalogu dmoz.org: 0.

0/100 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: 0, na celou doménu: 0.

0/100 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: 0.

Doména

22/100 Pagerank

Pagerank celé domény: 2.

22/100 Srank

Srank celé domény: 20.

22/100 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: 31.

0/100 Stáří domény

Stáří testované domény: 0 dnů.
Stáří podle privotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

0/100 Alexa rank

Alexa rank testované domény: 0.
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)